

Univerzita Karlova v Praze
Filozofická fakulta
Ústav informačních studií a knihovnictví

Diplomová práce

Bc. Pavla Hubálková

Competitive intelligence ve farmaceutickém průmyslu

Competitive intelligence in pharmaceutical industry

Praha 2015

Vedoucí práce: doc. PhDr. Richard Papík, Ph.D.

Poděkování

Ráda bych na tomto místě poděkovala zejména vedoucímu mé diplomové práce doc. PhDr. Richardu Papíkovi Ph.D. za podnětné připomínky, cenné rady a správné nasměrování v průběhu psaní této práce a v neposlední řadě patří poděkování mým nejbližším za jejich podporu.

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci vypracovala samostatně, že jsem řádně citovala všechny použité prameny a literaturu a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu.

V Praze dne

.....

podpis

Abstrakt

Diplomová práce popisuje a mírně analyzuje oblast competitive intelligence ve farmaceutickém průmyslu. Práce je rozdělena do pěti částí. První část pojednává o competitive intelligence a příbuzných aspektech, druhá část se věnuje farmaceutickému průmyslu se všemi jeho specifiky, třetí část se zabývá competitive intelligence v průniku s farmaceutickým průmyslem, čtvrtá část obsahuje klasifikaci a popis informačních zdrojů vhodných pro činnosti CI a pátá část se věnuje výzkumu, jenž se sestává z dotazníkového šetření mezi farmaceutickými firmami o stavu competitive intelligence a polostrukturovaného rozhovoru s odborníkem na oblast CI ve farmaceutické firmě. Výsledky průzkumu představují určitou dílčí sondu, která prokazuje pevné postavení CI jako běžného standardu ve farmaceutických firmách.

Klíčová slova

competitive intelligence, farmaceutický průmysl, informační potřeby, léčiva, farmakovigilance, patenty, informační zdroje

Abstract

This diploma thesis describes and analyzes an area of competitive intelligence in the pharmaceutical industry. The work is divided into five parts. The first part deals with competitive intelligence and related aspects, the second part is dedicated to the pharmaceutical industry, with all specifics. The third part deals with competitive intelligence in the intersection with the pharmaceutical industry, the fourth part contains the classification and description of information resources appropriate for the activities of CI and a fifth part presents research, which consists of a questionnaire survey among pharmaceutical companies on the state of competitive intelligence and semi-structured interview with an expert in the area of CI in pharmaceutical company. The survey results represent a certain sub-probe, which demonstrates the strong position of CI as a common standard of pharmaceutical companies.

Keywords

competitive intelligence, pharmaceutical industry, information needs, drugs, pharmacovigilance, patents, information resources

Obsah

Předmluva	9
Úvod	10
1. Charakteristika competitive intelligence.....	11
1.1 Vymezení competitive intelligence	11
1.1.1 Aktivní a pasivní competitive intelligence	13
1.1.2 Competitive intelligence vs. business intelligence	13
1.1.3 Competitor intelligence, company intelligence, country intelligence	14
1.2 Cyklus competitive intelligence	15
1.3 Zdroje pro competitive intelligence	18
1.3.1 Typologie zdrojů	18
1.4 Nástínění metod používaných v competitive intelligence	21
1.5 Competitive intelligence vs. etika	24
1.6 Competitive intelligence vs. špionáž.....	26
1.7 Competitive intelligence profesionál	28
1.8 Výběr organizací zabývajících se problematikou competitive intelligence	30
1.8.1 Strategic and Competitive Intelligence Professionals (SCIP)	30
1.8.2 Association of Independent Information Professionals (AIIP)	30
1.8.3 Special Libraries Association (SLA)	31
1.8.4 Fuld - Gilad - Herring Academy of Competitive Intelligence (ACI)	31
2. Charakteristika farmaceutického průmyslu.....	33
2.1 Vymezení farmaceutického průmyslu.....	33
2.2 Originální vs. generický farmaceutický průmysl	34
2.3 Životní cyklus léku	35
2.4 Farmakovigilance	38
2.5 Výběr institucí s významným vlivem na farmaceutický průmysl	39
2.5.1 Státní ústav pro kontrolu léčiv (SÚKL)	39
2.5.2 Evropská léková agentura (EMA)	41
2.5.3 Úřad pro kontrolu potravin a léčiv (FDA)	42
2.5.4 Česká asociace farmaceutických firem (ČAFF)	42
2.5.5 Asociace inovativního farmaceutického průmyslu (AIFP)	43
2.6 Legislativa významně ovlivňující farmaceutický průmysl.....	44
2.6.1 Evropská léková legislativa	44
2.6.2 Česká léková legislativa	45
2.7 Etika ve farmaceutickém průmyslu	45
2.8 Sociální inženýrství ve farmaceutickém průmyslu	47
3. Charakteristika competitive intelligence ve farmaceutickém průmyslu.....	49

3.1 Specifika competitive intelligence ve farmaceutickém průmyslu	49
3.2 Motivace pro provozování competitive intelligence ve farmaceutickém průmyslu	50
3.3 Oblasti zájmu farmaceutických firem z hlediska competitive intelligence.....	51
3.4 Role duševního vlastnictví při činnostech competitive intelligence ve farmaceutickém průmyslu	51
3.4.1 Duševní vlastnictví	51
3.4.2 Patenty	52
3.4.3 Patenty jako zdroj informací pro competitive intelligence	53
3.5 Zdroje pro competitive intelligence ve farmaceutickém průmyslu	55
4. Popis a analýza vybraných informačních zdrojů vhodných pro činnosti competitive intelligence ve farmaceutickém průmyslu.....	56
4.1 Informační zdroje s analytickými zprávami	56
4.1.1 Datamonitor	57
4.2 Informační zdroje národních lékových agentur.....	61
4.2.1 Databáze Státního ústavu pro kontrolu léčiv.....	62
4.3 Informační zdroje patentových informací	71
4.3.1 Derwent World Patents Index.....	72
4.4 Informační zdroje komplexního charakteru	77
4.4.1 IMS Knowledge Link	77
4.5 Informační zdroje vědeckých informací	84
4.5.1 Medline/PubMed	85
5. Průzkum o stavu competitive intelligence ve farmaceutickém průmyslu	87
5.1 Cíl	87
5.2 Použité metody.....	87
5.3 Dotazníkové šetření	88
5.3.1 Průběh dotazníkového šetření	88
5.3.2 Obsah a výsledky dotazníkového šetření	88
5.3.3 Diskuze	95
5.4 Polostrukturovaný rozhovor.....	96
5.4.1 Průběh polostrukturovaného rozhovoru	96
5.4.2 Obsah a výsledky polostrukturovaného rozhovoru	96
5.4.3 Diskuze	99
6. Závěr	101
Použitá literatura.....	103
Seznamy	111
Příloha č. 1.....	113
Příloha č. 2.....	119

Seznam zkratek

CI Competitive intelligence

UK Univerzita Karlova v Praze

SCIP Strategic and Competitive Intelligence Professionals

ACI Fuld-Gilad-Herring Academy of Competitive Intelligence

BI Business intelligence

AIIP Association of independent information professionals

SLA Special libraries association

SÚKL Státní ústav pro kontrolu léčiv

EMA European medicines agency

FDA Food and Drug Administration

ČAFF Česká asociace farmaceutických firem

AIFP Asociace inovativního farmaceutického průmyslu

GSK Glaxosmithkline

DWPI Derwent World Patents Index

Předmluva

Téma diplomové práce jsem si zvolila na základě svého dlouhodobějšího zájmu o oblast competitive intelligence (dále také CI), která mě už od bakalářského studia velmi zajímala. Již při výběru tématu pro bakalářskou práci jsem uvažovala o možném využití tohoto tématu. Ovšem nakonec jsem usoudila, že vzhledem k tomu, že jsem se v bakalářském studiu s CI setkala jen velmi okrajově, bude lepší ponechat si toto téma na práci diplomovou.

Při výběru diplomové práce jsem potom narazila na toto téma vypsané panem doc. PhDr. Richardem Papíkem, Ph.D. v informačním systému UK a vzhledem k tomu, že mám pozitivní vztah k farmaceutickému průmyslu, neboť v něm delší dobu působí moje sestra a shledávám ho velice zajímavým, byla moje volba zřejmá. Současně jsem si od začátku uvědomovala, že tato práce nebude snadná, neboť farmaceutický byznys je velmi specifický a uzavřený. Nicméně to pro mě představovalo určitou výzvu, kterou jsem s pokorou přijala.

S vedoucím panem doc. Papíkem jsme poctivě konzultovali možnosti této práce a i přes jeho upozornění na možné překážky mě v mém záměru plně podpořil. Současně mě dokázal pro téma nadchnout a motivovat, za což mu patří velké poděkování.

Společně jsme poté nadefinovali předběžnou anotaci a osnovu, které nebyly stoprocentně dodrženy, ovšem hlavní smysl dodržen byl. Práce je zejména popisného a mírně analytického až výzkumného charakteru.

Teoretická část je věnovaná nejprve obecně CI a souvisejícím tématům např. vymezení CI, cyklus CI, metody CI, CI vs. etika či CI vs. špionáž. Dále je zevrubně popsán farmaceutický průmysl, jeho struktura, principy, legislativní zajištění a další komponenty. Následující kapitola se zabývá přímo CI ve farmaceutickém průmyslu, tedy jeho specifiky, významem, duševním vlastnictvím atd. Další část se potom věnuje popisu a analýze vybraných informačních zdrojů vhodných pro činnosti CI ve farmaceutickém průmyslu. V této kapitole je představena určitá dílčí (jedna z mnoha možných) klasifikace těchto zdrojů, které jsou dále popsány, a jeden představitel z každé skupiny je popsán podrobněji. Stěžejní část se věnuje průzkumu mezi farmaceutickými firmami o stavu CI prostřednictvím metody dotazníkového šetření, které je v následující kapitole doplněno metodou polostrukturovaného rozhovoru s odborníkem na činnosti CI ve farmaceutické firmě

Úvod

Tato diplomová práce zpracovává téma, které se týká velmi specifického farmaceutického odvětví. V průniku s oblastí competitive intelligence vzniká velmi zajímavé téma. V dnešním globalizovaném světě bývá často zmiňován význam konkurenceschopnosti. A právě CI je jedním ze zásadních nástrojů pro získání a udržení konkurenceschopnosti v jakémkoliv odvětví. Je bezpochyby, že farmaceutický průmysl patří mezi vysoce konkurenční prostředí a z tohoto důvodu je provozování činnosti CI naprostou nezbytností.

Competitive intelligence je interdisciplinární oblast, jež čerpá z mnoha různých disciplín včetně informační vědy. I ve farmaceutickém průmyslu nachází důležitou uplatnění informační věda a to zejména v práci s medicínskými a farmaceutickými informacemi. Celkový průnik tedy spočívá ve schopnosti pokročilé práce s informačními zdroji, provádění specializovaných rešerší a vyhodnocování příslušných informací.

Cílem této diplomové práce je podat ucelený přehled o tématu a mírně analyticky popsat zásadní aspekty provozování CI ve farmaceutickém průmyslu.

Práce se v obecné rovině zabývá oblastí CI a stejně tak oblastí farmaceutického průmyslu. Dále poté uvádí určitá témata, jež jsou průnikem CI a farmaceutického průmyslu. Práce také představuje určitou klasifikaci a popis vybraných informačních zdrojů vhodných pro činnosti CI. Poslední část se věnuje smíšenému výzkumu mezi farmaceutickými firmami o stavu CI, a to za využití metody dotazníkového šetření a polostrukturovaného rozhovoru s odborníkem na činnosti CI ve farmaceutické firmě.

Dotazníkové šetření a polostrukturovaný rozhovor si kladou za cíl provést důležitou sondu do nitra farmaceutického průmyslu a přiblížit tak problematiku CI ve farmaceutickém průmyslu z pohledu jeho fungování, ukotvení, přínosů a informačního pokrytí.

1. Charakteristika competitive intelligence

1.1 Vymezení competitive intelligence

Termín competitive intelligence bývá překládán do českého jazyka jako konkurenční zpravodajství. Tento překlad ovšem zcela nepostihuje šíři významu CI a je proto vhodnější užívat anglického termínu. Problematickým pro překlad je zejména slovo „intelligence“, do českého jazyka překládáno nepřesně jako zpravodajství. Oxfordský slovník [Oxford Dictionary, 2015] vymezuje pojem intelligence jako „schopnost získat a aplikovat znalost“. Z toho vyplývá samotná podstata a cíl CI, a tím je právě schopnost získat potřebné relevantní informace/ znalosti a schopnost je využít k prospěchu organizace.

CI je interdisciplinární oblast, která využívá znalostí a metod mnoha různých disciplín. Například ekonomie, marketingu, managementu či informační vědy a knihovnictví apod. [Molnár, 2012, s. 36]

Existuje celá řada různých definic CI. Terminologická databáze knihovnictví a informační vědy [Kimlička, 1998] definuje CI jako *“Zjišťování, sledování a vyhodnocování konkurenčního prostředí (firmy, organizace) s cílem odhalit slabé a silné stránky konkurence, rozpoznat její strategické záměry. Zahrnuje analýzu a syntézu dat, resp. informací, které se transformují do strategických znalostí, shromažďování informací o konkurenci a sledování subjektů firemního okolí (trh, stát, právo a legislativa, politické a demografické souvislosti).“*

Organizace Strategic and Competitive Intelligence Professionals (dále také SCIP), kterou lze považovat za jednu z nejvyšších autorit v oboru, definuje CI jako *„systematický a etický program na získávání, analyzování a nakládání s externími informacemi, který může mít efekt na firemní plány, rozhodování či operace“.*

S jinou definicí přichází organizace Fuld-Gilad-Herring Academy of Competitive Intelligence (ACI), která ji definuje jako *„organizační funkci, která je zodpovědná za brzkou identifikaci hrozeb a příležitostí na daných trzích ještě před tím, než se stanou zřejmými“.* [Molnár, 2012, s. 37]

Velmi důležitým aspektem, který je zmiňován pouze v definici od SCIP, je etika. V rámci CI by nemělo být užíváno neetických postupů a metod. Organizace SCIP je autorem etického kodexu CI specialistů, který vymezuje principy etiky v prostředí CI. Všechny výše uvedené definice se obecně shodují v tom, že v rámci CI dochází ke sběru informací/znalostí, jejich zpracování/vyhodnocení a následně k patřičným strategickým rozhodnutím.

Na jaké otázky, ale obvykle CI hledá odpovědi? McGonagle a Vella [2012, s. 15] tyto tzv. klíčové byznysové otázky (key business questions) definují takto:

- Kdo jsou v současné době naši konkurenti?
- Kdo jsou naši potenciální konkurenti?
- Jak naši konkurenti pohlíží na sebe sama a jak pohlíží na nás?
- Jak naši konkurenti propagují své služby/produkty? Jakým novým směrem se pravděpodobně vydají?
- Jaké trhy plánuje naše konkurence v budoucnosti ovládnout?
- Jak naši konkurenti v minulosti reagovali na krátkodobé a dlouhodobé trendy v daném průmyslu a jak na ně budou pravděpodobně reagovat v budoucnu?
- Jaké patenty či inovativní technologie naši konkurenti či potenciální konkurenti v nedávné době získali či vyvinuli? A co to případně znamená pro nás?
- Jaké jsou celkové plány a cíle našich konkurentů v horizontu 1 - 2 let? A jak tyto plány mohou ovlivnit nás?
- Jací lidé pracují na klíčových pozicích u konkurentů, jaké jsou jejich osobnosti?
- Jaké prostředí panuje u konkurentů?

Je zřejmé, že toto je jen určitý výběr otázek, na které jsou často hledány odpovědi v rámci CI. Těch otázek, na které lze v rámci CI hledat odpovědi, je pochopitelně velké množství. Podobu otázek ovlivňuje zejména informační potřeba managementu (co aktuálně potřebuje management přesně zjistit), ale také třeba aktuální situace na trhu apod.

1.1.1 Aktivní a pasivní competitive intelligence

Molnár [2012, s. 41] ve své knize ve vztahu k aktivnímu a pasivnímu CI výstižně poznamenává *„stejně jako ve válečném konfliktu existuje útok a obrana a v informačních službách špionáž a kontrašpionáž, tak i v CI vedle aktivního CI často hledáme strategii obrany s využitím pasivního CI“*.

Za aktivní CI lze tedy považovat standardní CI, které pokrývá všechny aspekty podnikání a konkurence. Definice CI, které jsou uvedené v kapitole 1.1. lze vztáhnout na aktivní CI. Jedná se tedy o veškeré procesy a činnosti zajišťující cyklus CI (kapitola 1.2), které potom v důsledku vedou k podpoře rozhodování managementu a celkově k získání konkurenční výhody.

Naproti tomu pasivní CI (counter intelligence) se zabývá procesy a činnostmi, které chrání naše důležité informace a znalosti před CI praktikami ostatních konkurentů.

Jeho cílem je tedy především obrana. Pasivní CI by mělo být postaveno na korektní správě a ochraně podnikových informací zajišťující jejich minimální dostupnost a současně by mělo být doprovázeno neustálou edukací zaměstnanců a poradenstvím. Je důležité si uvědomit, že nejzranitelnějším článkem ve firmě bývají zpravidla lidé, tedy zaměstnanci, nositelé informací a znalostí, po kterých konkurence prahne a proto je na místě zavést určitá opatření minimalizující tato rizika.

1.1.2 Competitive intelligence vs. business intelligence

Špingl [2007] uvádí, že rozdíl mezi těmito dvěma, na první pohled evidentně podobnými termíny, spočívá zejména v informačních zdrojích, neboť CI pracuje s externími informacemi a business intelligence (dále také BI) naopak s interními informacemi. Lze tedy říct, že CI je orientováno na vnější prostředí (chování konkurence, změny na trhu apod.) a BI je orientováno na vnitřní prostředí, pracuje tedy s informacemi, které se nachází uvnitř firmy (ovšem i o vnějším prostředí).

Oproti tomu Molnár [2012, s. 39] uvádí, že v principu mezi nimi rozdíl není, i když připouští výklad Špingla, který se v českém prostředí ustálil. Nicméně konstatuje, že v poslední době jsou čím dál častěji zaváděny systémy BI, jež pracují také s externími daty/informacemi, čímž se deklarovaný rozdíl mezi CI a BI může poněkud stírat. Molnár [2012, s. 39] také zdůrazňuje, že v principu jde vždy

o „*schopnost užití znalostních aktiv v akci*“ a vždy se jedná o akce související se strategickým řízením organizace.

Lze tedy konstatovat, že BI by se primárně mělo zaměřovat na interní data organizace a CI zase na externí data, nicméně pochopitelně se to navzájem nevylučuje a k prolínání jistě může docházet. Jisté je, že jsou si tyto dva termíny blízké a příbuzné. Nicméně určité rozdíly mezi BI a CI se v praxi obvykle vyskytují. BI souvisí např. s dolováním interních dat, vykonávání BI vyžaduje více technické IT znalosti a schopnosti, kdežto CI se věnuje primárně konkurenčnímu prostředí a vyžaduje zejména strategické myšlení, analytické schopnosti, znalost vědeckých analytických metod apod. Oba profesionálové (BI i CI) by měli znát specifika svého odvětví a být schopni převést data/informace do akceschopné zpravodajské informace. [Steyl, 2009]

1.1.3 Competitor intelligence, company intelligence, country intelligence

Competitive intelligence je tak rozsáhlý pojem, že postupem času došlo k vymezování jeho nejrůznějších odvozených názvů, které v zásadě reprezentují konkrétní oblast účelového použití CI. Těchto odvozených názvů je značné množství. Zde jsou vybráni pouze tři reprezentanti s ohledem na potenciální vazbu k farmaceutickému průmyslu.

- competitor intelligence,
- company intelligence,
- country intelligence.

Competitor intelligence se na rozdíl od competitive intelligence zaměřuje na shromažďování informací pouze o konkurenci (jejich aktivitách, plánech apod.), a nikoliv o celkovém konkurenčním tržním prostředí (dodavatelé, zákazníci apod.) [McGonagle a Vella, 2012, s. 14].

Company intelligence se zaměřuje na shromažďování, analyzování a vyhodnocování informací pouze o firmách (tedy zejména tzv. kancelářské informace) [Papík, 1998].

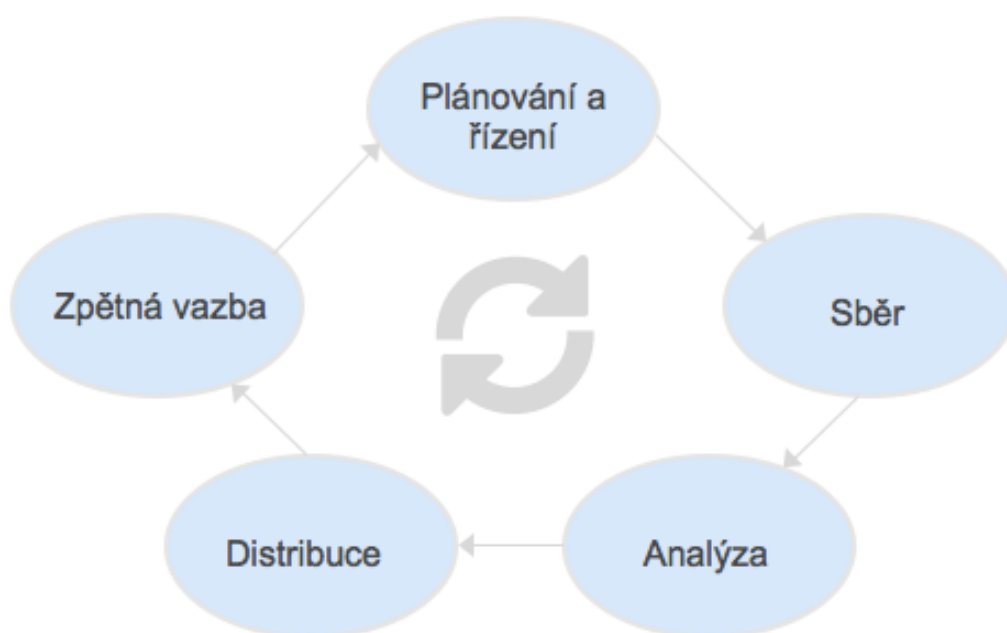
Country intelligence se zabývá konkurenčním zpravodajstvím o zemích tedy zkoumáním konkurenčních vztahů mezi státy [Kopalová, 2007].

V rámci CI ve farmaceutickém průmyslu patří tyto tři výše zmíněné mezi nejvýznamnější a to zejména kvůli nesmírné kompetitivnosti (panující v tomto odvětví) a geografickému záběru ovlivňující tento průmysl.

1.2 Cyklus competitive intelligence

Ohledně definování cyklu CI panuje mezi autory věnující se CI ve valné většině shoda, cyklus CI se skládá ze 5 fází.

- fáze plánování a řízení,
- fáze sběru,
- fáze analýzy,
- fáze distribuce,
- fáze zpětné vazby.



Obr. č. 1 - cyklus competitive intelligence

Tento proces je základem celého CI. Aby fungovalo CI ve firmě efektivně, musí tento cyklus probíhat nepřetržitě a opakovaně. Jedná se o proces, kdy se ze syrových dat příp. informací stávají cenné znalosti, které posléze slouží managementu ke strategickým rozhodnutím. [Kahaner, 1997, s. 43]

V rámci celého tohoto procesu je nutné zjistit, jaká jsou očekávání managementu a kdo bude uživatelem/příjemcem výsledných výstupů.

Fáze plánování a řízení (Planning and Direction)

V této fázi dochází k formulaci informačních potřeb a následnému zadání úlohy (včetně prioritizace jednotlivých úkolů). Dochází zejména k plánování a to konkrétních akcí, metod či postupů, které povedou k získání informací. Tento plán je nezbytné neustále aktualizovat. Neméně důležité je také určit osobu, která se bude této činnosti věnovat a nést za ni odpovědnost [Masaříková, 2010].

Dle [McGonagle, Vella, 2012, s. 9] je potřeba v této fázi nalézt odpovědi na tyto základní otázky:

- identifikovat, co firma potřebuje vědět a proč,
- stanovit si konkrétní otázky, na které je potřeba nalézt odpovědi,
- kdy to firma potřebuje vědět (faktor času).

Z výše uvedených otázek vyplývá, že je nejprve nutné důkladně zhodnotit aktuální situaci a zamyslet se také nad smyslem a účelem. Za významný aspekt považují aspekt času, tedy kdy to potřebujeme vědět. Čas totiž může hrát mnohdy zásadní roli a přímo se pojí s hodnotou informace. A to proto, že stejná informace může být v jednu chvíli velmi cenná a v jiné chvíli už bezcenná.

Důkladné a kvalitní provedení této fáze významně ovlivňuje úspěšnost celého cyklu. Je zřejmé, že nesprávné/neúplné/vágní definování zadání úlohy vede k plýtvání zdrojů a celkové neefektivitě. Je proto zásadní správně formulovat a identifikovat informační potřeby a posléze vytvořit odpovídající plán, který povede k získání potřebných znalostí.

Fáze sběru (Collection)

V této fázi dochází ke sběru dat a informací, které jsou relevantní z hlediska uspokojení informačních potřeb managementu. Dle Molnára [2012, s. 50] lze informace získat ze sekundárních zdrojů (databáze, výroční zprávy aj.) nebo z primárních zdrojů (zaměstnanci, zákazníci, dodavatelé aj.). Získané informace jsou poté tříděny, porovnávány a především ověřovány. Tyto úkony představují už jakýsi předstupeň ke třetí fázi analýzy a může se i stát, že tyto úkony mohou stačit pro uspokojení informačních potřeb.

Významnou součástí sběru informací je schopnost správně formulovat dotaz a zvolit správný informační zdroj. Cílem je tedy dostat se k co největšímu množství relevantních dokumentů či lidí (informací). Dle McGonagle a Vella [2012, s. 9] je důležité v této fázi zohledňovat také všechna možná omezení jako čas, finance, organizační, informační a etické aspekty. Z toho lze usuzovat, že je nutné mít na mysli, jaké má CI specialista časové a finanční zdroje, informační možnosti a zejména jakými etickými pravidly je vázán. Domnívám se, že tyto výše zmiňované omezení je nutné zohledňovat po celou dobu cyklu CI.

Fáze analýzy (Analysis)

Dle Kahanera [1997, s. 44-45] je fáze analýzy nejobtížnější fází cyklu CI. Právě v této fázi totiž dochází k přeměně dat/informací na znalosti. Data/informace jsou tedy analyzovány za pomoci nejrůznějších metod a dále jsou evaluovány z hlediska přesnosti a spolehlivosti [Molnár, 2012, s. 56]. Tato evaluace je velmi důležitá, neboť lze díky ní předejít vlivu nesprávných informací na konečné závěry.

Dle Vejtlupka [2001] je základem analýzy *„porozumění významu shromážděných informací“*. K docílení tohoto porozumění jsou používány různé metody na zobrazování vazeb či souvislostí mezi informacemi. Mezi používané metody patří analyticko - syntetické procesy, SWOT analýza, benchmarking, tvorba scénářů a další (viz kapitola 1.4). Podstatou této fáze je zejména tvorba přidané hodnoty u analyzované informace.

Fáze distribuce (Dissemination)

V této fázi dochází k předání výstupu CI procesu managementu, měly by být tedy naplněny informační potřeby managementu, které byly definované v první fázi.

Dle Kahanera [1997, s. 135] je to také ovšem fáze, která bývá nejvíce neúspěšná. Jak těmto neúspěchům předejít shrnul Kahaner [1997, s. 135] do 5 bodů.

1. Analýza musí být responzivní vůči potřebám uživatele.
2. Analýza musí být zaměřená, nikoliv obecná.
3. Analýza musí být dodána včas.
4. Vysoký stupeň důvěry.
5. Vhodná forma analýzy.

Výsledky procesu CI mohou být komunikovány různými kanály (schůzky, intranet, email, videokonference apod.). Nicméně je velmi důležité dbát na všechny výše zmíněné body, aby se předešlo případným nedorozuměním, a proto se domnívám, že nejvhodnějším kanálem je osobní schůzka, případně videokonference.

Fáze zpětné vazby (Feedback)

Nelze opomenout závěrečnou fázi zpětné vazby, která není tak docela fází ve smyslu předchozích fází, neboť je nutné ji realizovat v průběhu všech jednotlivých fází cyklu CI. Jedině tak se dá účinně bojovat s nedorozuměním či komunikačními šumy.

1.3 Zdroje pro competitive intelligence

Zdrojů pro CI existuje pochopitelně celá řada, není možné a ani to není předmětem této práce identifikovat veškeré zdroje pro CI. Z tohoto důvodu je tato kapitola pojata obecně, s účelem zejména nastínit, jaké druhy zdrojů existují, jaké jsou povahy a jaké informační prameny, resp. informace z nich lze získat. O konkrétních zdrojích bude pojednáno v kapitole věnující se relevantním informačním zdrojům vhodných pro činnosti CI ve farmaceutickém průmyslu (kapitola 3.5 a 4.).

1.3.1 Typologie zdrojů

Zdroje pro CI lze dělit dle různých kritérií. Nabízí se zejména dělení dle původnosti informace, míry zveřejnění informace a charakteru informace. Na základě těchto kritérií se zdroje pro CI dělí na primární/sekundární, veřejné/neveřejné a publikované/polopublikované/nepublikované.

Primární a sekundární zdroje

Koncept primárních a sekundárních zdrojů informací dobře osvětluje Richard Papík [1998], poukazuje na odlišnost pojetí v informační a knihovní vědě „*primární informace a sekundární informace mají odlišné pojetí na rozdíl od pojmu 'primární', 'sekundární' a 'terciární', a to směrem k typům dokumentů v pojetí informační a knihovní vědy*“. Primární informace jsou získávány v primárním průzkumu, který je realizován v terénu tzv. field research. Spočívá v dotazování, pozorování, testování, shromažďování a analyzování informací prostřednictvím osobních setkání s respondenty průzkumu nebo prostřednictvím výrobků konkurence. Příkladem je shromažďování různých statistik, připomínek či zpětných vazeb (prostřednictvím dotazníků či telefonických hovorů).

Naproti tomu sekundární zdroje informací jsou získávány v sekundárním průzkumu tzv. desk research. Ten spočívá ve sběru informací prostřednictvím veřejně dostupných informačních zdrojů. Jedná se např. typicky o vytěžování databází, ale také např. o analýzy sociálních sítí.

Veřejné a neveřejné zdroje

Zdroje pro CI pochází z naprosté většiny (až z 95%) z veřejně dostupných zdrojů. To znamená, že zdroje může využít každý občan, jestliže splní základní podmínky (např. zaplacení určitého obnosu peněz) a dodrží určitá pravidla. Pochopitelně čím exkluzivnější jsou informace, tím je jejich cena vyšší. U veřejně dostupných informací jsou ceny ovšem dopředu známy a platí pro všechny zákazníky. [Babka, 1994, s. 18] Veřejnými zdroji jsou např. různé veřejně dostupné databáze, adresáře, patenty, studie, zprávy z konferencí apod. Lze tedy konstatovat, že veřejné zdroje obsahují informace potenciálně publikovatelné a masově šiřitelné. [Vymětal a Šilhánek, 1996]

Oproti tomu neveřejné zdroje (cca 5%) jsou charakteristické zejména aspektem důvěrnosti informací. V praxi to znamená zejména závazek, že daná informace nebude s nikým sdílena. [Babka, 1994, s. 18] Jedná se tedy o informace neveřejného charakteru např. bankovní informace, kreditní informace, ale také informace získané v terénu, tedy na konferencích, služebních cestách, obchodních schůzkách apod. Tyto informace mohou mít značnou hodnotu a jsou často zásadní pro finální strategické rozhodnutí.

Publikované, polopublikované a nepublikované zdroje

Publikované informace jsou jednoduše řečeno informace, které byly nějakým způsobem publikovány. K publikování může mít vydavatel dva důvody. Jedním z nich je komerční zisk, tedy publikování za účelem získání ekonomického prospěchu. Druhým důvodem je zákonná povinnost např. statistiky, výroční zprávy apod., což jsou často nejčennější zdroje z hlediska CI. [Šmejkal, 2006, s. 50] Z jejich podstaty se jedná především o zdroje veřejné. Publikované informace lze nalézt v mnoha různých zdrojích, buď tištěných (monografie, periodika apod.) nebo elektronických (bibliografické, faktografické či plnotextové databáze). Jedná se například o již zmíněné statistiky, výroční zprávy, ale také patenty, brokerské zprávy, vládní dokumenty, vysokoškolské kvalifikační práce a mnoho dalších [Papík, 1998].

Dle Papíka [1998] se jedná zejména o online zdroje pro:

- finanční a kreditní informace (např. účetní uzávěrky),
- burzovní zprávy,
- tiskové zprávy a další zpravodajské texty,
- patenty a ochranné známky,
- konferenční materiály,
- materiály právního a legislativního charakteru,
- informace o výrobcích,
- zprávy popisující průmyslové sektory,
- demografické informace.

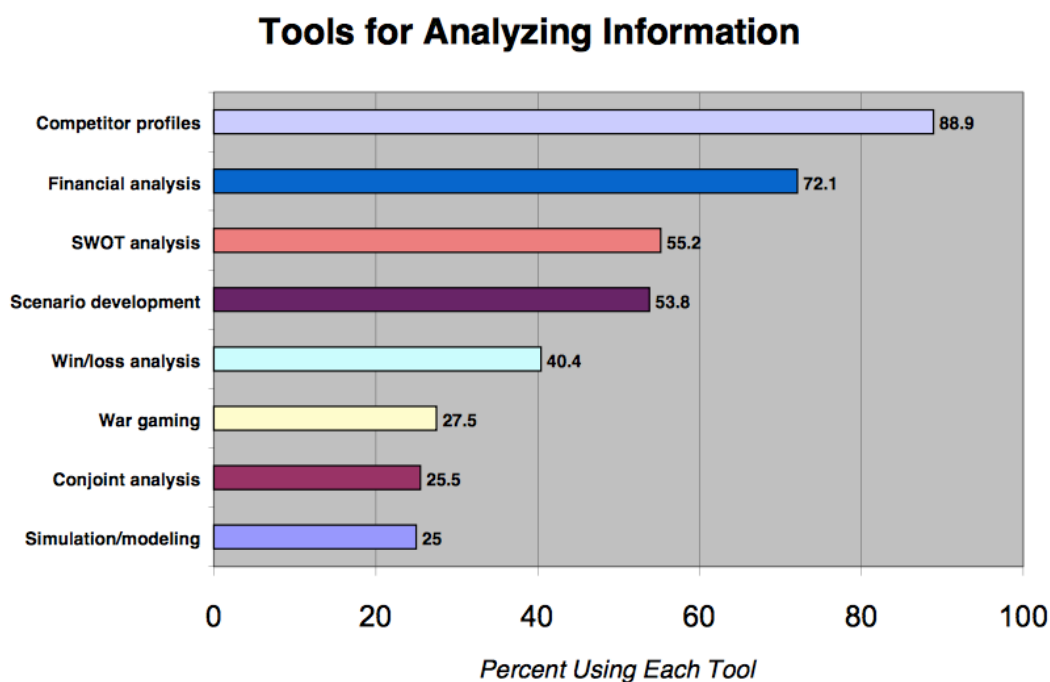
Polopublikované zdroje nebo tzv. šedá literatura. Jedná se o dokumenty, které nejsou veřejně publikované, to znamená, že neprošly tradičními nakladatelskými postupy a jsou vydávány v omezeném množství a jen pro určitý okruh uživatelů. Z tohoto důvodu je obtížnější se k nim dostat, ale z hlediska CI mohou být velmi cennými zdroji. Jedná se např. o disertační práce, výzkumné zprávy, technické zprávy a speciální analýzy různých institucí.

Nepublikované zdroje jsou ze své podstaty nejobtížněji využitelné. Jedná se o zdroje, které nebyly nikde publikovány, a nelze se k nim dostat tradičními způsoby sekundárního výzkumu. Je tedy nutné využít metod primárního výzkumu (např. rozhovor, dotazník apod.).

1.4 Nástínění metod používaných v competitive intelligence

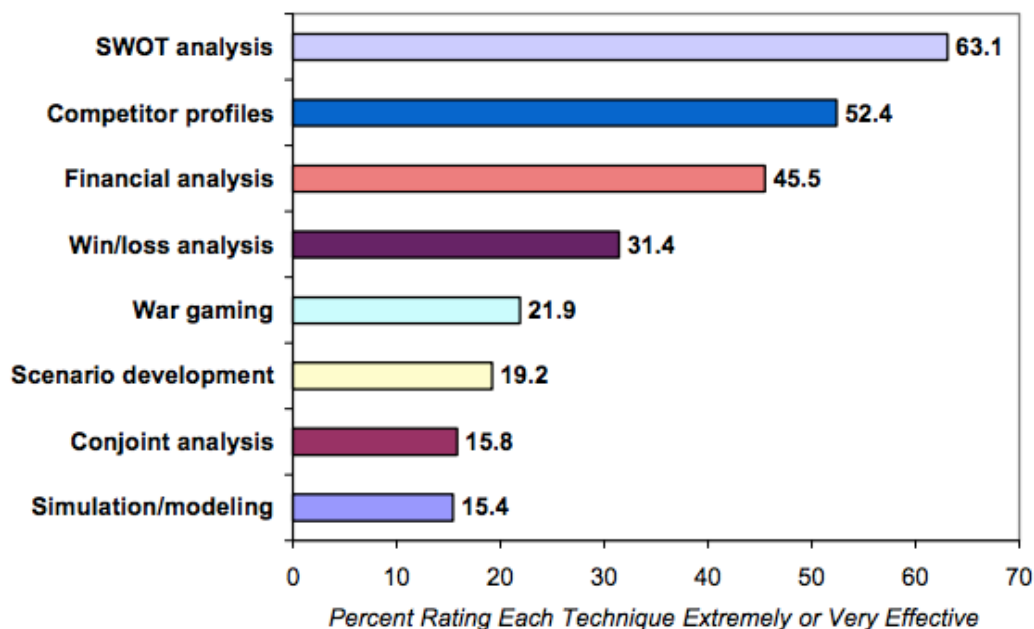
Metod používaných v oblasti CI je velmi mnoho. Vzhledem k tomu, že není předmětem této práce detailně či kompletně popsat veškeré metody CI, je v této kapitole pouze vyjmenováno a poukázáno na výběr určitých metod.

V r. 1998 [Allgaier a Powell] byla publikována studie, která vycházela z téměř 3 000 vyplněných dotazníků členy SCIP. Tato studie přinesla odpovědi na nejrůznější otázky z oblasti praxe CI. Jednou z analyzovaných oblastí jsou metody a nástroje pro provozování CI (výsledky viz obr. č. 2 a 3).



Obr. č. 2 - procentuální vyjádření míry využívání nástrojů/metod pro analýzu informací
[Powell a Allgaier, 1998]

Tato analýza také zkoumala efektivitu užívaných metod a dospěla k následujícím výsledkům viz obr. č. 3.



Obr. č. 3 - procentuální vyjádření efektivnosti nástrojů/metod CI [Powell a Allgaier, 1998]

Z grafu obr. č. 3 vyplývá, že jako nejefektivnější byla vyhodnocena SWOT analýza, která je současně třetí nejpoužívanější metodou.

Dalším autorem, který se zabýval touto problematikou je Craig S. Fleisher, uznávaný odborník v oblasti CI, jeden ze zakládajících členů SCIP a rovněž jeho dlouholetý předseda. Fleisher uvádí 24 metod pro fázi analýzy. Těchto 24 metod rozdělil do 5 kategorií. [Molnár, 2012, s. 94-95]

Strategická analýza

- bostonská matice růstu a podílu na trhu,
- GE matice atraktivity oboru a síly podniku (oboru),
- porterova analýza 5 konkurenčních sil,
- strategic Group Analysis,
- SWOT analýza,
- analýza hodnotového řetězce.

Analýza konkurence a zákazníků

- analýza „neviditelných“ míst,
- analýza konkurence,
- segmentace zákazníků,
- analýza zákaznických hodnot,
- analýza funkčnosti a zdrojů,
- analýza manažerských profilů.

Analýza prostředí

- analýza výstupů,
- makroekonomická analýza,
- analýza scénářů,
- analýza stakeholderů.

Evaluační analýza

- analýza zkušenostní křivky,
- analýza růstového vektoru,
- patentová analýza,
- analýza životního cyklu výrobku,
- analýza S - křivky.

Finanční analýza

- analýza finančních ukazatelů,
- analýza finančních toků (cash flow),
- analýza trvalého růstu.

Badr et al. [2006] prováděli výzkum zaměřený přímo na provozování CI ve farmaceutických firmách a jednou z dílčích oblastí byly metody užívané při analýze CI. Výsledky přinesly následující zjištění viz obr. č. 4.

Variables	1=Never %	2=Rarely %	3=Sometimes %	4=Often %	5=Very Often %	Mean	Standard Deviation
SWOT analysis	5.7	3.8	28.3	34.0	28.3	3.75	1.090
Key Success Factors	15.1	22.6	35.8	20.8	5.7	2.79	1.116
Competitor Profiling	15.1	9.4	22.6	35.8	17.0	3.30	1.295
Financial Analysis	26.4	7.5	30.2	9.4	26.4	3.02	1.525
Win/lose Analysis	56.6	24.5	18.9	0	0	1.62	.790
STEP Analysis	34.0	26.4	30.2	9.4	0	2.15	1.008
War gaming/ role	67.9	13.2	5.7	13.2	0	1.64	1.076
Other	0	0	0	0	0	0	0

Obr. č. 4 - využívání uvedených metod pro činnosti CI ve farm. průmyslu [Badr et al., 2006]

Na základě výše uvedeného lze říct, že velkému zájmu se těší **SWOT analýza**, která rozhodně patří mezi hojně využívané metody. Dalšími opakovaně v průzkumech se objevujícími metodami jsou **profilování konkurence** a **finanční analýza**.

Je zřejmé, že metod pro analytickou fázi cyklu CI je skutečně značné množství. Ovšem je nutné zmínit, že výběr metody pro řešení daného problému, vždy záleží zejména na charakteru řešeného problému. Další vliv může mít i zkušenost CI specialisty s určitými metodami a dostupnost potřebných informací [Molnár, 2012, s. 94].

1.5 Competitive intelligence vs. etika

Činnosti CI by vždy měly být realizovány pouze za pomoci etických a legálních metod, postupů či nástrojů. V čem se experti na CI shodnou, je to, že valnou většinu informací v CI lze získat z otevřených informačních zdrojů zcela etickou a legální cestou. Neetické či nelegální praktiky se někdy mohou jevit jako tzv. snazší cesta,

ale rozhodně se nevyplatí. Cena může být vysoká, ať už v podobě právních postihů či ztráty důvěryhodnosti a kompromitaci firmy/značky [Stroupková, 2009].

Problémem je tenká hranice mezi tím, co lze a co už nelze považovat za etické. Je zřejmé, že každý člověk může mít tuto hranici jinde a stejně tak mohou být rozdíly v pohledu na to, co je etické a co už ne, z pohledu různých národností. Stejně tak je problematický vztah mezi etikou a legalitou. Často platí známé úsloví právníků „co je *legální* není *nutně etické*“. Pokud se tedy CI specialista dostane do situace, kdy si uvědomuje nějaké morální dilema a není si jistý jeho řešením, je vhodné ho prodiskutovat se svými kolegy a v právním oddělení firmy. [Fuld, 1995]

Za neetické a také nelegální se považuje vydírání, vydávání se za někoho jiného, korupce, krádeže dokumentů, nátlak, odposlech apod. [Stroupková, 2009]. Naproti tomu zcela etickými a legálními metodami jsou využívání otevřených informačních zdrojů, zaměstnávání pracovníků s cílem efektivně využít jejich schopnosti a znalosti, udržování si zkušených smluvních partnerů aj. [Budilová, 2008].

Organizace SCIP [2015a] vytvořila etický kodex pro CI profesionály, který je závazný pro všechny její členy, a který zakazuje vykonávat neetické a nelegální praktiky. Jeho hlavními principy jsou:

- neustále usilovat o zvýšení uznání a respekt profese,
- vykonávat svou profesi vždy v souladu s mezinárodním a místním právem,
- před rozhovorem poskytnout pravdivé a relevantní informace o sobě a své organizaci,
- předcházet situacím, kdy by mohlo dojít ke střetu zájmů,
- poskytovat pouze poctivé a realistické doporučení a závěry,
- prosazovat tento etický kodex ve své organizaci a mezi všemi, kdo tuto profesi praktikují,
- být loajální ke své firmě a přesně dodržovat a ctít její politiku, cíle a doporučení.

Také organizace Association of independent information professionals (dále také AIIP) [2014a] vytvořila etický kodex a to pro informační profesionály. Jeho hlavními principy jsou:

- obhajovat pověst profese a dbát principů čestnosti, kompetence a důvěrnosti,

- poskytnout klientům, co nejvíce aktuální a přesné informace (v rámci finančních a časových možností),
- pomoci klientům pochopit míru spolehlivosti použitých zdrojů,
- přijmout pouze ty projekty, které jsou legální a nejsou škodlivé pro naši profesi,
- zachování mlčenlivosti vůči klientovi,
- rozpoznat právo duševního vlastnictví,
- respektovat licenční smlouvy,
- vysvětlit klientům, jaké povinnosti mohou vznikat ve věcech duševního práva a licenčních smluv,
- udržovat profesionální vztahy s knihovnami,
- převzít zodpovědnost za dodržování tohoto kódu zaměstnanci.

Oba tyto kodexy zdůrazňují trochu jiné aspekty. Jejich zaměření vychází z jejich určení. Etický kodex SCIP je určen přímo CI profesionálům, kdežto etický kodex AIIP je určen informačním profesionálům, což je poněkud širší pojem. Nicméně oba tyto kodexy se obecně shodnou na základní myšlence etických kodexů, a tou je dodržování morálních principů a dodržování zákonů.

Je také běžnou praxí, že samotné firmy si vytváří vlastní etické kodexy. Dodržování všech těchto kodexů by mělo potenciálně snížit rizika neetického chování. Jak ovšem správně podotýká Fuld [1995], všechny tyto etické kodexy jsou užitečné pouze pokud jsou čtené a vžité. Jestliže je kodex vágní nebo těžko zapamatovatelný stává se neužitečným. Organizace by měly vytvořit otevřený, lehce srozumitelný, snadno zapamatovatelný kodex. Dalším podpůrným nástrojem etiky v organizaci mohou být různá etická školení, která by měla zaměstnance procvičit a edukovat v této oblasti.

1.6 Competitive intelligence vs. špionáž

Základní principy a metody CI nejsou ničím novým a vychází z praxe vojenských a zpravodajských služeb. Faktem je, že špionáž je pouze jednou z mnoha metod, jak získat informace. Díky tomu, že v dřívější „předinformační“ době neexistovalo mnoho otevřených informačních zdrojů, pojila se se zpravodajstvím zejména špionáž. Nicméně v současné době máme přístup k mnoha otevřeným informačním zdrojům a namísto jejich nedostatku se potýkáme s jejich nadbytkem. Z tohoto důvodu nabývá

na významu schopnost nalézt relevantní informace, analyzovat je a vyhodnotit je. [Vejlupek, 2001]

Z následující tabulky vyplývá, že 95% informací pro CI lze získat z otevřených informačních zdrojů, z toho dokonce 80% jsou informace publikované. Z toho by se dalo usuzovat, že špionážní praktiky nejsou ani potřebné, neboť lze většinu informací získat z otevřených informačních zdrojů a tedy i legálně. Vejlupek [2001] dokonce uvádí, že americká zpravodajská služba CIA využívá z 80% informací z otevřených informačních zdrojů.

VYUŽITÍ PROSTŘEDKŮ NA ZÍSKÁNÍ INFORMACÍ		Běžně dostupné prostředky	Prostředky dostupné organizaci	Ilegální prostředky
Uzavřené (důvěrné) informační zdroje. Černé informace 5%.		Zákaz	Zákaz	Špionáž
Otevřené informační zdroje 95%.	Šedé informace (dostupné) 15%.	CI	CI	Nebezpečná hloupost
	Bílé informace (publikované) 80%.	CI	Drahá hloupost	Nebezpečná hloupost

Obr. č. 5 - využití prostředků na získání informací [Vejlupek, 2001]

Je bezpochyby, že všechny firmy sbírají a nějakým způsobem využívají informace o jejich konkurenci. Je nutné ale dbát, aby se tyto aktivity nezvrhly v průmyslovou špionáž. Crane [2005] uvádí rámec pro hodnocení průmyslově špionážních praktik:

- diskutabilní taktiky používané pro zabezpečení informací, které jdou nad rámec toho, co by mohlo být považováno za přijatelné, etické, nebo legální,
- povahu hledané informace, lze samo o sobě považovat nějakým způsobem za soukromou nebo důvěrnou,
- účely, pro které má být použita informace jsou proti veřejnému zájmu.

Průmyslová špionáž bývá zpravidla neetická a nelegální, neboť používá právě těch metod, kterou jsou pro CI zapovězené (odposlechy, krádeže dokumentů, vydírání, úplatky apod.).

Crane [2005] uvádí také několik příkladů průmyslové špionáže z praxe. Například případ firmy Procter&Gamble a Unilever. V roce 2001 vypukl skandál, neboť vyšlo najevo, že Procter&Gamble se v USA dopustil průmyslové špionáže tím, že najal soukromé detektivy, aby zjistili více informací o jeho konkurenci v oblasti vlasové péče. Tito detektivové důkladně probrali odpadkové koše v blízkosti kanceláří firmy Unilever a podařilo se jim shromáždit vyhozené, skartované dokumenty vztahující se k plánům firmy v oblasti vlasové péče. Z těchto dokumentů se jim povedlo extrahovat důležité informace a ty následně posloužily Procter&Gamble ke zjištění, jaké má Unilever v této oblasti plány. Celý případ skončil mimosoudním vyrovnáním ve výši 10 milionů dolarů.

CI se tedy rozhodně neslučuje s průmyslovou špionáží a důrazně se od ní i jejich praktik distancují všechny profesní organizace.

1.7 Competitive intelligence profesionál

CI profesionál je označení pro ty, pro něž jsou hlavní pracovní náplní činnosti CI, tedy činnosti vycházející z cyklu CI. CI profesionál je v podstatě znalostním pracovníkem, jehož náplň práce je velmi podobná práci investigativního novináře [Molnár, 2012, s. 200]. Často bývají rozptýleni mezi jednotlivá oddělení firmy (např. nezávislé oddělení CI, oddělení strategického plánování, marketing a prodej, výzkum a vývoj apod.), stejně tak se mohou lišit názvy jejich pracovních pozic např. manažer CI, analytik CI, specialista marketingového průzkumu, analytik obchodního zpravodajství, výzkumný analytik) [Jin a Bouthillier, 2007].

Dle průzkumu, který v roce 2007 provedl Jin a Bouthillier patří mezi rutinní činnosti CI profesionálů:

- monitorování informačního prostředí,
- zodpovídání informačních požadavků,
- organizování / provádění průzkumů (primárních a sekundárních),
- zpracovávání interních publikací (informačních bulletinů, instrukcí, zpráv, aktualizací, profilů).

Tento výčet je ale poněkud vágní a obecný, konkrétnější rámec uvádí Nečas [2010] ve svém článku, kde nastiňuje konkrétní trendy v činnostech CI:

- prevence v obchodním styku (prověřování potenciálních partnerů a klíčových zákazníků),
- mapování podnikatelských příležitostí (systematická identifikace, analýza a uchování informací, které se týkají podnikatelských příležitostí),
- ochrana firemních aktiv (tzv. pasivní CI neboli Counter CI).

Jin a Bouthilier [2007] v průzkumu také uvádí, že z jejich průzkumu vyplývají tři faktory, které mají vliv na práci CI profesionálů:

- vliv odvětví (druh odvětví, ve kterém CI profesionál pracuje ovlivňuje rozsah a obsah práce, např. v tabákovém průmyslu je přítomná vysoká regulace a proto je velkou částí pracovní náplně aktualizace právních, politických nebo regulačních informací týkajících se tabákových výrobků),
- vliv organizace (organizační kultura, struktura, řízení, pravidla a zdroje organizace mohou značně ovlivňovat výkon),
- vliv samotného CI profesionála (kognitivní schopnosti, znalosti, zkušenosti, dovednosti, vlastnosti hrají pochopitelně významnou roli a mají vliv na výkon).

Dalším zajímavým poznatkem z průzkumu jsou dvě vlastnosti, které respondenti (CI profesionálové) označili za klíčové pro vykonávání své práce. Jedná se o:

- kritické a analytické myšlení,
- vlohy ke styku s veřejností.

Z výše uvedeného průzkumu je také zřejmé, že existují rozdíly v náplni i celkovém pojetí pozice CI profesionála. Někde funguje celé CI oddělení, jinde je provozováním CI pověřen pouze jeden člověk a nebo je dokonce provozování CI přiděleno zaměstnanci navíc k jeho standardní práci [Badr et al., 2006].

1.8 Výběr organizací zabývajících se problematikou competitive intelligence

Existuje pochopitelně celá řada organizací, které se různými způsoby zabývají problematikou CI. Nejvýznamnější a nejznámější je bezpochyby profesní sdružení SCIP, jež bylo zmíněno i v předchozích kapitolách. Každá z následujících organizací má trochu jiné poslání, cíle i zaměření, nicméně nachází se zde průnik v podobě zájmu o CI.

1.8.1 Strategic and Competitive Intelligence Professionals (SCIP)

Tato organizace byla založena v r. 1986 původně pod názvem Society of Competitive Intelligence Professionals. Kvůli finančním problémům se v r. 2010 spojila s Frost&Sullivan a přejmenovala se na Strategic and Competitive Intelligence Professionals, aby byl více akcentován aspekt strategického řízení. V současné době má pobočky po celém světě. V ČR byla pobočka založena v r. 2005, bohužel ale svou činnost v r. 2009 ukončila. [Molnár, 2002, s. 34]

Jedná se o neziskovou organizaci, jejímž cílem je podpora a zvýšení úspěšnosti jejich členů prostřednictvím vzdělávání, mentorování a sdílení informací. SCIP vydává vlastní odborný časopis, pořádá řadu seminářů, konferencí a jiných akcí. Celkově se snaží o podporu a rozvoj CI v celosvětovém měřítku. SCIP je také autorem již zmíněného etického kodexu, který upřesňuje etické nároky na CI profesionály. SCIP je řízen představenstvem, v jehož čele stojí předseda, který je volen na tříleté období, v současné době je tato pozice obsazena Nanette Bulger. [SCIP, 2015b]

1.8.2 Association of Independent Information Professionals (AIIP)

Tato organizace vznikla v roce 1987 s cílem propojit informační profesionály z celého světa. Jedná se o mezinárodní neziskovou organizaci, která pořádá pravidelné konference, vydává čtvrtletní publikace (AIIP Connections), uděluje ceny a svým členům nabízí např. mentorské programy, přístup k webinářům, speciálním zdrojům a mnoho dalšího.

Cílem této organizace je mimo jiné také informovat veřejnost o profesi informačního specialisty (která se zčásti překrývá s profesí CI profesionála), podporovat etické standardy (viz již zmíněný etický kodex AIIP v kapitole 1.5), podporovat sdílení znalostí, zkušeností napříč informačními specialisty z celého světa. V současné době vede tuto organizaci z pozice prezidentky Connie Clem. [AIIP, 2014b]

1.8.3 Special Libraries Association (SLA)

Special libraries association založil John Cotton Dana v roce 1906 v New Yorku. V roce 1910 došlo ke spojení mezi SLA a Americkou knihovnickou asociací (ALA). Jedná se o neziskovou globální organizaci pro inovativní informační profesionály a jejich strategické partnery. SLA čítá více než 7 000 členů v 75 zemích světa. Mezi členy jsou informační specialisté z komerčních, akademických či státních kruhů. Tato organizace pořádá různé konference, summity, webináře a nabízí certifikační programy (copyright management, knowledge management/knowledge services) a vydává odborná ocenění. [SLA, 2015a] Tato organizace má 26 divizí, z nichž jednou je specializovaná divize věnovaná CI - Competitive Intelligence Division, což svědčí o propojení knihovnické profese a CI [Římanová, 2015]. Další divizí je například divize Pharmaceutical & Health Technology, což zase svědčí o přínosu knihovnické profese i ve farmaceutickém průmyslu.

SLA je řízena představenstvem, které je voleno členy. Představenstvo má veškeré řídicí pravomoce a stará se také o strategické směřování organizace. [SLA, 2015b]

1.8.4 Fuld - Gilad - Herring Academy of Competitive Intelligence (ACI)

V roce 1996 byla založena organizace Fuld-Gilad-Herring Academy of Competitive Intelligence (ACI) se sídlem v Cambridge (Massachusetts). Tuto organizaci založili tři přední odborníci na CI, Leonard Fuld, Ben Gilad a Jan Herring. V současné době zastává řídicí funkci prezidenta Leonard Fuld. Hlavním posláním této organizace je osvěta a vzdělávání v oblasti CI včetně certifikačních programů. Jako jediná

organizace na světě nabízí akreditovaný¹ Competitive Intelligence Professional (CIP®) certifikační program, který umožňuje vzdělání v oblasti CI od základní až po pokročilou úroveň. [ACI, 2014]

¹ ¹ Tento program je akreditovaný u *International Association of Continuing Education and Training* (IACET)

2. Charakteristika farmaceutického průmyslu

2.1 Vymezení farmaceutického průmyslu

Encyklopedie Britannica [2003] definuje farmaceutický průmysl jako „objevování, vývoj a výroba léčiv veřejnými nebo soukromými organizacemi“. Tato definice je velmi obecná, ale vystihuje to nejpodstatnější. Tedy to, že hlavním smyslem farmaceutického průmyslu je objevování, vývoj a výroba léčiv, jejichž posláním je zachraňovat či zkvalitňovat lidské životy. A to se může dít prostřednictvím veřejných (např. akademická pracoviště) či soukromých organizací (farmaceutické firmy).

Farmaceutický průmysl patří v současné době, ve většině technicky vyspělých zemích, mezi nejvýznamnější průmyslová odvětví. Je na místě uvést, že mimo etické motivy, které vedou farmaceutické firmy k vývoji a výrobě nových léčiv, je zásadním motivem zisk. Ve výzkumu, vývoji a výrobě léčiv je zainteresováno mnoho různých institucí a firem, mezi nimiž je řada synergických efektů, ale také tvrdý konkurenční boj. [Rádl, 2004] Kvůli tomu je pro farmaceutický průmysl využívání metod a nástrojů CI velmi přínosné a v podstatě nezbytné.

Farmaceutický průmysl se vyznačuje zejména vysokou mírou regulace ze strany státu (z pochopitelného důvodu ochrany veřejného zdraví) a také vysokými náklady na výzkum a vývoj. Slíva a Votava [2010] uvádějí, že náklady na uvedení jediného léčivého přípravku do klinické praxe dnes představují více než 1 miliardu amerických dolarů.

Farmaceutický průmysl využívá mnoho známých, ale i dosud neobjevených a neprozkoumaných potenciálních léčiv. Dle svého zaměření buď na vývoj a výzkum úplně nových léčiv, nebo naopak vývoj ekvivalentních generických léčiv se farmaceutický průmysl vyděluje na dvě hlavní oblasti: originální farmaceutický průmysl a generický farmaceutický průmysl. [Rádl, 2004]

Kromě těchto nejvýznamnějších představitelů farmaceutického průmyslu (tj. originální a generické farmaceutické firmy) existují v této oblasti i jiné subjekty. Například výrobci aktivních substancí a farmaceutických intermediátů, společnosti

pracující na smlouvu (licenci) zaměřené pouze na jednu z činností farmaceutického řetězce či paralelní importéři. [Rádl, 2004]

2.2 Originální vs. generický farmaceutický průmysl

Originální farmaceutický průmysl

Originální farmaceutický průmysl reprezentují originální (inovativní) farmaceutické firmy, které se zabývají vývojem a výzkumem nových léčivých látek s novým mechanismem účinku. Cest, které mohou vést k objevu nového léčiva, je více. V zásadě se ale jedná buď o cílený výzkum, nebo o náhodný objev. U cíleného výzkumu jde o aplikovaný výzkum, ve kterém se syntetizují stovky látek, a poté se v souboru určitých farmakologických testů zjišťuje, zda má některá z nich žádoucí účinek (tento proces se označuje jako tzv. screening). U náhodných objevů dojde k objevu nového léčiva pouze šťastnou náhodou, nikoliv cíleně. Známým příkladem náhodného objevu je např. objev penicilinu. [Kršiak, 2006]

Originální farmaceutické firmy vynakládají značné finanční prostředky do výzkumu a vývoje nových léčiv. Nicméně se jedná o velmi zdoluhavý a nákladný proces s poměrně nejistým úspěchem. Obecně se odhaduje, že náklady originálních farmaceutických firem na výzkum a vývoj představují cca 10% - 20% podílu z jejich obratu. [Rösslerová, 2012]

V originálním farmaceutickém průmyslu hraje významnou roli patentová ochrana. V České republice platí patentová ochrana 20 let. Vzhledem k tomu, že sledované molekuly jsou pod patentovou ochranou od počátku jejich vývoje a vývoj léčiva trvá kolem 10 - 15 let, tak po uvedení léčiva na trh zbývá obvykle pouze kolem 5 - 10 let platnosti patentové ochrany. Farmaceutické firmy ovšem mají možnost dodatečné ochrany registračních údajů, které jsou předkládány registračním agenturám žadatelem v procesu registrace. Po dobu 8+2+(1) let od doby registrace léčivého přípravku není možné zažádat o registraci ekvivalentního generika. Pokud se nepřijde na nové možnosti pro využití daného léčiva, je možné uvést generikum jako alternativu k originálnímu léčivému přípravku na trh nejdříve za 10 let. V opačném případě dochází k prodloužení doby ochrany registračních údajů na 11 let. [Kebza, 2015]

Generický farmaceutický průmysl

Generický farmaceutický průmysl se oproti tomu zabývá vývojem kopií originálních léčivých přípravků (ekvivalentů k originálním léčivým přípravkům). Jedná se tedy o společnosti, které čekají až vyprší patentová ochrana či jiné dodatečné ochrany daného léčiva zavedeného originálními firmami a poté začnou zcela legálně vyrábět ekvivalent k danému léčivu. [Rádl, 2004]

Generické firmy mají pochopitelně nižší náklady než firmy originální, které musí vynaložit obrovské finanční prostředky na výzkum a vývoj nového léčiva. A proto jejich existence vede ke snížení ceny daného léčiva a tím dochází ke zvýšení dostupnosti daného léčiva pro širší spektrum pacientů. Z tohoto důvodu hraje dostupnost generik na trhu důležitou roli ve zdravotní politice každé země. [Kebza, 2015]

Generikem je takové léčivo, které obsahuje stejné množství totožné účinné látky jako originální léčivý přípravek. U generika musí být také vždy dodržen stejný způsob užití a typ lékové formy. Od originálního léčivého přípravku se typicky liší obsahem pomocných látek. Bezpečnost a účinnost daného léčiva se neprokazuje preklinickými ani klinickými studiemi (tyto studie byly provedeny již v rámci vývoje a registrace originálního léčivého přípravku). Generická firma nicméně musí provést bioekvivalenční studii, která prokáže, že generikum je bioekvivalentní ke svému originálnímu léčivému přípravku. Kritérium bioekvivalence je splněno, pokud generikum uvolňuje aktivní složku do krevního oběhu ve stejném množství a stejnou rychlostí jako originální přípravek. [Rösslerová, 2012]

2.3 Životní cyklus léku

Životní cyklus léku představuje vývoj léčivého výrobku od jeho objevu, přes jeho vývoj, testování (klinické hodnocení), registraci a nakonec poregistrační sledování (viz obr. č. 6).

Po objevení nové léčivé látky přichází na řadu klinické hodnocení, jehož cílem je prokázání bezpečnosti a účinnosti daného léku u člověka. Toto hodnocení je z pochopitelných důvodů velmi přísně regulováno a řízeno. Každé pracoviště, na kterém je realizována studie, musí dodržovat standardy správné klinické praxe (GCP - Good Clinical Praxis), což je mezinárodně platný soubor pravidel

pro navrhování, provádění, zpracování a vyhodnocování dokumentace klinického hodnocení léčiv. Klinické hodnocení má tři fáze. [Slíva a Votava, 2010]

1) fáze

Tato fáze spočívá v prvním podání léku člověku. Jsou používány dávky, u kterých je nepravděpodobné toxické působení na lidský organismus, jelikož jsou podávány nižší dávky než ty, které způsobovaly u zvířat nežádoucí účinky. Zpravidla je tento lék podáván menšímu množství zdravých osob (desítky) nebo pokud to charakter léku vyžaduje, tak menší skupině nemocných. Existují samozřejmě druhy léků, které se s ohledem na jejich toxicitu nebo charakter na lidech nezkouší - např. cytostatika. Cílem této fáze je v zásadě vyhodnocení bezpečnosti a tolerance nového léčiva a zjištění základních farmakokinetických parametrů. [Slíva a Votava, 2010]

2) fáze

V této fázi je vypracována zpravidla pilotní klinická studie. Dochází k ověřování bezpečnosti a účinnosti léčivého přípravku u menší skupiny pacientů (desítky až stovky) s cílovým onemocněním. Stanovuje se rozsah dávkování, terapeutické rozmezí a vyhodnocují se závislosti účinku a výskytu (nejčastějších) nežádoucích účinků na dávce. [Slíva a Votava, 2010]

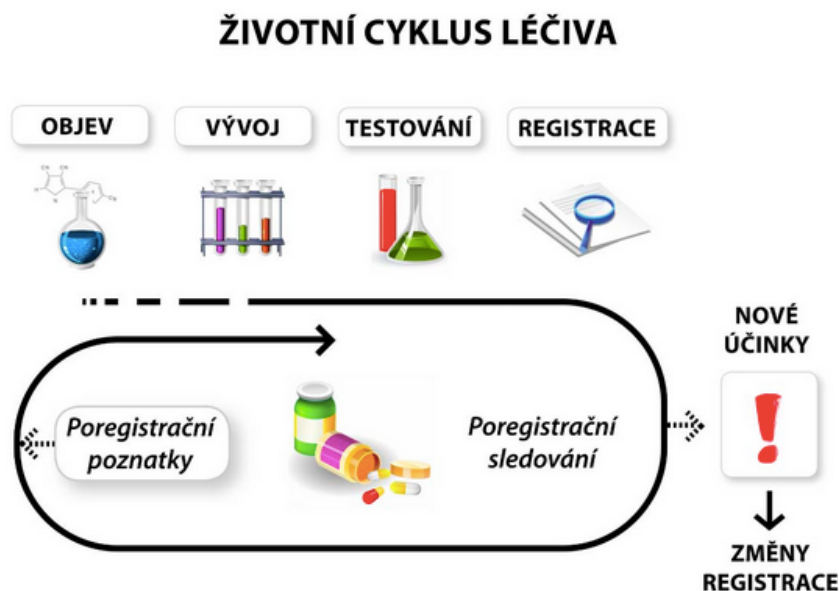
3) fáze

Zde dochází k realizaci vlastní kontrolované klinické studie, která je realizovaná na mnohem větším množství pacientů (až tisíce). Dochází zde ke komparaci s placebem nebo aktuální léčbou. Cílem této fáze je prokázání minimálně srovnatelné účinnosti a bezpečnosti nové léčby se soudobým standardem. Provádí se randomizovaná, dvojitě zaslepená, kontrolovaná klinická studie. Randomizace znamená náhodné zařazení probandů (jedinců, kteří jsou předmětem zkoumání) do skupin. Dvojitá zaslepenost znamená stav, ve kterém proband ani lékař neví, do jaké skupiny byl daný proband zařazen. Kontrolovanou studií se rozumí, že nová léčba je s něčím porovnávána. Jenom tento či velmi podobný design studie je schopen poskytnout validní důkaz o účinnosti a bezpečnosti daného léčiva. Existují samozřejmě i výjimky např. u vzácných nemocí, kterými trpí nedostatečné množství pacientů pro provedení klinické studie. Pro tyto vzácná onemocnění jsou registrované

tzv. orphan drugs, pro jejichž hodnocení jsou stanovena mírnější pravidla. [Slíva a Votava, 2010]

Pokud léčivo úspěšně projde všemi fázemi klinického hodnocení, nastává registrační řízení, jehož úspěšné absolvování je podmínkou pro uvedení léčiva na trh a klinické používání. Žadatelé o registraci léčiva předkládají příslušnému úřadu pro kontrolu léčiv (např. u nás Státní ústav pro kontrolu léčiv) velice obsáhlou dokumentaci z klinického hodnocení (obvykle tisíce stránek). Nezávislí experti z těchto úřadů potom posuzují předloženou dokumentaci z hlediska bezpečnosti a účinnosti daného léčiva a nakonec registraci léčiva buď schválí, a nebo zamítnou. [Kršiak, 2006]

Úspěšnou registrací léčivého přípravku životní cyklus léčiva ovšem nekončí. Nastává etapa poregistračního sledování (farmakovigilance). Jedná se o shromažďování informací o výskytu nežádoucích účinků, o účincích při dlouhodobém podávání, nové informace o možných interakcích s jinými léky, o podávání speciálním skupinám osob, jako jsou např. gravidní ženy, staří lidé, dialyzovaní pacienti apod. O této problematice bude pojednávat následující kapitola.



Obr. č. 6 - životní cyklus léčiva [Encyklopedie SÚKL, 2015]

2.4 Farmakovigilance

Pojem farmakovigilance lze přeložit jako „léková bdělost“. Jedná se o systém sledování bezpečnosti léčiv po jejich uvedení na trh, tedy v běžném užívání (klinické praxi). Pokud jsou zjištěna rizika, stanovují se opatření pro minimalizaci těchto rizik. Tuto agendu obvykle zastávají příslušné národní orgány dohlízející na spotřebu léčiv. V České republice je to Státní ústav pro kontrolu léčiv [2010a], který definuje farmakovigilanci jako proces sestávající se ze tří hlavních oblastí:

1. Sledování užívání léků v každodenní klinické praxi za účelem rozpoznání dříve nezjištěných nežádoucích účinků či změn charakteru již známých nežádoucích účinků. Hlavními zdroji pro sledování nežádoucích účinků jsou:
 - spontánní hlášení nežádoucích účinků pocházející od zdravotnických pracovníků a pacientů,
 - klinická hodnocení a epidemiologické studie,
 - publikovaná světová medicínská literatura,
 - farmaceutické firmy,
 - zdravotnické a populační statistiky,
 - informace o spotřebách léčivých přípravků.
2. Hodnocení poměru rizik a přínosů léků, k čemuž slouží mj. informace o nežádoucích účincích z výše uvedených zdrojů a následně dochází k rozhodnutí, jaké (a jestli vůbec) regulační opatření je nezbytné k bezpečnějšímu používání léků. Typicky může docházet k těmto regulačním opatřením:
 - změna textů doprovázející léčivé přípravky (SPC a PIL) – doplnění upozornění na nežádoucí účinky a případně na možnost jejich prevence,
 - omezení indikací pro použití léčivého přípravku,
 - změna dávkování,
 - změna výdeje (např. volně prodejný přípravek na přípravek vydávaný pouze na lékařský předpis),
 - ve vzácných případech, kdy rizika převáží přínosy, může být přípravek stažen z trhu.

3. Poskytování informací zdravotnickým pracovníkům a pacientům za účelem bezpečného a efektivního užívání léků a to prostřednictvím:

- aktualizace souhrnu údajů o přípravku a příbalového letáku,
- posílání dopisů adresovaných lékařům a lékárníkům, které informují o možných rizicích spojených s podáváním léku,
- zveřejňování bezpečnostních upozornění na webových stránkách příslušných orgánů (v ČR Státní ústav pro kontrolu léčiv).

Farmakovigilance je rovněž velmi zajímavá z hlediska CI, neboť obsahuje citlivé informace o daných léčivých přípravcích, které mohou být strategicky cenné.

2.5 Výběr institucí s významným vlivem na farmaceutický průmysl

2.5.1 Státní ústav pro kontrolu léčiv (SÚKL)

Státní ústav pro kontrolu léčiv (dále také SÚKL) je správním úřadem ustanovený zákonem č. 79/1997 Sb. a jeho nadřízeným orgánem je Ministerstvo zdravotnictví České republiky. Tento ústav vznikl vyčleněním z organizačního schématu Státního zdravotního ústavu (SZÚ) v roce 1952. Za jeho přímého předchůdce lze označit Ústav pro zkoumání léčiv. Předmět činnosti tohoto ústavu je ošetřen právními normami České republiky a Evropské unie. Za nejvýznamnější činnost lze s určitostí označit sledování kvality, účinnosti a bezpečnosti léčiv a to ve všech etapách jejich vývoje a používání.

Poslání tohoto ústavu vyjadřují tyto teze:

- zajistit dohled nad tím, aby v ČR byla dostupná pouze farmaceuticky jakostní, účinná a bezpečná humánní léčiva,
- podílet se na tom, aby v ČR byly používány pouze bezpečné a funkční zdravotnické prostředky, a to vždy doprovázené věrohodnými odpovídajícími informacemi,

- přispívat k tomu, aby léčiva i zdravotnické prostředky byly racionálně používány, popřípadě odpovědně a eticky klinicky hodnoceny,
- dbát na vhodné uplatňování regulačních opatření tak, aby nevznikaly zbytečné překážky v dostupnosti léčiv, zdravotnických prostředků a při zavádění nových léčebných postupů. [SÚKL, 2010b]

Je tedy zřejmé, že existence instituce tohoto typu je v každé civilizované zemi naprosto nezbytnou podmínkou pro efektivní kontrolu a ochranu veřejného zdraví.

SÚKL postupem času prošel různými organizačními změnami a legislativními úpravami, které rozšiřovaly spektrum působnosti tohoto ústavu. Například v roce 1992 převzal agendu pro schvalování zdravotnických přístrojů, která se potom v roce 1997 začala vztahovat ke všem druhům zdravotnických prostředků. Zákon č. 123/2000 Sb. potom vedl k rozsáhlé úpravě činností jednotlivých institucí v této oblasti. SÚKL byl pověřen zajištěním bezpečnosti zdravotnických prostředků, které již na trhu existují. Ministerstvo zdravotnictví ČR bylo pověřeno samotným procesem schvalování zdravotnických přístrojů.

Zákon č. 138/2002 Sb., novelizoval zákon o regulaci reklamy a to tak, že vymezil SÚKL jako dozorový orgán pro dohled nad reklamou na humánní léčiva. V kompetenci SÚKL je také od roku 2008 určování maximálních cen léčivých přípravků, úprava podmínek jejich úhrady a stejně tak cenová kontrola léčivých přípravků, zdravotnických prostředků a potravin pro zvláštní účely. Od roku 2008 začal SÚKL také kontrolovat kvalitu a bezpečnost lidských tkání a buněk určených k použití u člověka. Prozatím poslední úpravou je rovněž kontrolní činnost v oblasti omamných a psychotropních látek. [SÚKL, 2010b]

Vrchol organizační struktury představuje ředitel ústavu. Jemu je podřízeno šest ústředních sekcí, které odpovídají hlavním předmětům činnosti ústavu. Jedná se o kancelář ředitele, sekci dozoru, sekci registrací, sekci cenové a úhradové regulace, sekci zdravotnických prostředků a sekci servisních činností. Pod tyto hlavní sekce dále spadají další oddělení. Dále se zde vyskytují oddělení jako interní audit a kontrola, řízení kvality a bezpečnosti informací, státní agentura pro konopí a léčebné účely, tiskové a informační oddělení a oddělení právních a legislativních činností, ty jsou ovšem organizačně podřízené přímo řediteli ústavu a již dále nemají žádné pododdělení. [SÚKL, 2010c]

2.5.2 Evropská léková agentura (EMA)

Evropská léková agentura (European Medicines Agency, EMA) vznikla v roce 1995 a sídlí v Londýně. Její původní název byl Evropská agentura pro hodnocení léčiv (European Medicines Evaluation Agency), ale v roce 2004 došlo ke změně názvu na současnou podobu. Jedná se o decentralizovanou agenturu Evropské unie, jejíž hlavní zodpovědností je evaluace humánních a veterinárních léčivých přípravků vyvinutých farmaceutickými firmami před jejich uvedením na trh. [Kebza, 2015]

Je řízena orgánem čítajícím 35 členů, kteří spravují rozpočet agentury, starají se o její efektivní fungování a úspěšnou spolupráci s partnerskými organizacemi napříč Evropskou unií i mimo ní. Vrcholný představitel je výkonný ředitel, který je zodpovědný za provozní záležitosti, personální otázky a zejména za strategické plánování. Velmi významnou složkou ve struktuře EMA je vědecká rada, která se skládá z nezávislých odborníků, které nominují jednotlivé členské státy. Vědecká rada je zodpovědná za evaluaci přihlášek podávaných farmaceutickými firmami k registraci léčiv před jejich uvedením na trh. Dále také vydává svá stanoviska k problémům vztahujícím se k veřejnému zdraví, a to buď na popud Evropské komise, Evropského parlamentu či členských zemí apod. Ostatní zaměstnanci se obvykle zabývají administrativně procedurálními aspekty předpisů Evropské unie týkající se farmakovigilance, zejména léčiv distribuovaných v zemích Evropské unie. Veškeré složky jsou také povinny každoročně publikovat čestné prohlášení o jejich zájmech/nezájmech ve farmaceutickém průmyslu. [EMA, 2015]

Jestliže je přihláška vztahující se k danému léčivému přípravku, který je evaluován na této centralizované úrovni, posouzena kladně Evropskou komisí (ta má hlavní roli při konečném rozhodování o uvedení daného léčiva na trh, kdežto funkce EMA je v tomto procesu pouze doporučující), pak je autorizace platná ve všech členských státech Evropské unie a také i v Evropském hospodářském prostoru (Island, Lichtenštejnsko a Norsko). Ovšem za schválení přihlášek na úrovni jednotlivých států nesou zodpovědnost dané národní instituce.

Evropská léková agentura se liší od národních registračních agentur zejména rozdílným rozsahem agend související s jejich aktivitami - tedy nepodílí se na klinickém hodnocení léčiv a nemá přímý vliv na financování farmaceutického výzkumu. Na rozdíl od českého Státního ústavu pro kontrolu léčiv nemá kompetence k ovlivňování maximálních cen léčivých přípravků. [Kebza, 2015]

2.5.3 Úřad pro kontrolu potravin a léčiv (FDA)

Již v průběhu 19. století v USA existovaly snahy či iniciativy o utváření orgánu pro monitorování bezpečnosti potravin a léčiv. Nicméně až v r. 1906 tato organizace formálně vznikla a to vydáním právní normy Food and Drug Acts. V roce 1930 potom získal úřad svůj současný název Food and Drug Administration. [FDA, 2015]

Úřad pro kontrolu potravin a léčiv (Food and Drug Administration, FDA) je americkou institucí, která se mj. zabývá registrací léčivých přípravků. Současně také monitoruje potraviny (např. sledování výskytu pesticidů v potravinách), lékařská zařízení, produkty vysílající záření, doplňky stravy, veterinární zařízení, krevní a biomedicínské produkty, vakcíny, kosmetiku a tabákové výrobky. U tabákových výrobků nese FDA také zodpovědnost za regulaci jejich výroby, uvádění na trh a distribuci v zájmu podpory veřejného zdraví.

Tato organizace se také věnuje přijímání hlášení o nežádoucích účincích léčivých přípravků od profesionálů ve zdravotnictví, dále zpřístupňování informací o léčivých výrobcích pro veřejnost a v neposlední řadě se také věnuje spolupráci s dalšími orgány, které mají regulativní roli např. v oblasti distribuce a užívání alkoholu či nelegálních drog.

Organizační struktura této organizace se sestává z kanceláře hlavního zastupitele a čtyř ředitelství, které zaštiťují základní předměty činnosti: provozní kancelář, kancelář pro strategii a globální regulační výkony, kancelář pro medicínské produkty a tabákové výrobky, kancelář potravin a veterinárních produktů. [Kebza, 2015]

2.5.4 Česká asociace farmaceutických firem (ČAFF)

Česká asociace farmaceutických firem (dále také ČAFF) je nevládní nezisková organizace, která vznikla v roce 2001. Jejími členy jsou farmaceutické firmy zabývající se výzkumem, vývojem, výrobou, obchodem, marketingem a užitím humánních léčivých přípravků a také informatikou v oblasti farmaceutického průmyslu. Jejím hlavním orgánem je devítičlenné představenstvo, v jehož čele stojí předseda. Dále zde působí šest odborných komisí (etická komise, farmakoekonomická komise, legislativní komise, mediální komise, registrační komise, komise biosimilars).

Mezi cíle této organizace patří:

- podpora hospodářských, právních a odborných zájmů svých členů (včetně poskytování poradenských služeb a informačního servisu všem členům),
- zprostředkování komunikace s orgány státní exekutivy, zákonodárnými orgány, s odbornými společnostmi a s veřejností,
- budování pozitivního obrazu farmaceutického průmyslu v České republice,
- dohled na přijetí a na dodržování etického kodexu svými členy,
- hájit zájmy svých členů v mezinárodním kontextu. [ČAFF, 2013]

ČAFF vytvořila etický kodex závazný pro všechny své členy. Tento kodex ošetřuje nejrozumnější eticky sporné oblasti jako reklama léčivých přípravků, sponzorování seminářů či komunikace s veřejností apod. [ČAFF, 2015]

2.5.5 Asociace inovativního farmaceutického průmyslu (AIFP)

Asociace inovativního farmaceutického průmyslu (dále také AIFP), jak již z názvu vyplývá, sdružuje pouze originální farmaceutické firmy. V roce 2014 sdružovala 30 společností. Její aktivity jsou založeny na třech pilířích:

- dostupnost inovativních léků,
- etika a transparentnost,
- přínos pro společnost.

Organizační struktura je tvořena valnou hromadou, která se sestává z etické komise, kontrolní komise, výkonného týmu, který má pod sebou jednotlivé platformy (PR platforma, platforma pro lidské zdroje, platforma pro finanční ředitele) a představenstva, které má pod sebou jednotlivé pracovní skupiny. [AIFP, 2015a]

AIFP provozuje ve spolupráci se společností Infopharm od června 2014 internetovou poradnu „Znám své léky“², jejímž cílem je zodpovědět veškeré otázky

² V únoru 2015 AIFP uvedla, že v 10% dotazů byly odhaleny závažné lékové interakce a v dalších 10% byly odhaleny duplicity léků.

týkající se užívání léčiv a přispět tak k lepší informovanosti české veřejnosti v této oblasti [AIFP, 2015b].

AIFP je také členem Evropské federace farmaceutických společností a asociací (EFPIA) a spolupracuje s Mezinárodní federací farmaceutického průmyslu a asociací (IFPMA) a Americkou asociací inovativních farmaceutických firem (PhRMA) [AIFP, 2015a].

2.6 Legislativa významně ovlivňující farmaceutický průmysl

Jak bylo již několikrát řečeno, farmaceutický průmysl je odvětví, které je vysoce regulováno státní mocí. Tuto oblast upravuje v obecném i konkrétnějším smyslu v České republice mnoho mezinárodních smluv (např. Úmluva o lidských právech a biomedicině, Úmluva proti padělání léčivých přípravků a zdravotnických prostředků a další), ústavních právních předpisů (Listina základních práv a svobod), jež mají vyšší právní sílu než zákony a potom také celá řada zákonů (zákon o léčivech apod.) a podzákonných právních předpisů. Dlužno podotknout, že do této oblasti také zasahují některé právní předpisy trestního práva, správního práva či obchodního práva. [Pechová, 2012]

2.6.1 Evropská léková legislativa

Současně má na Českou republiku vliv také legislativa Evropské unie. Lékové právo Evropské unie prošlo dlouhým vývojem. Na počátku byla Směrnice č. 65/65/EHS (tzv. první léková směrnice), na kterou potom navázaly podrobnější směrnice ze 70. a 80. let, jež upravovaly výrobu a registraci léčiv. S počátkem 90. let a přechodem na jednotný vnitřní trh došlo k harmonizaci a růstu pozornosti k obchodu s léčivy. V posledních letech došlo k legislativním úpravám, jež se týkají především nových technologií. Dříve lékové právo obsahovalo dvě desítky směrnic a nařízení, což vedlo ke značné nepřehlednosti a složitosti. Z těchto důvodů došlo ke kodifikaci lékového práva EU. V současné době ji představuje Směrnice č. 2001/83/ES novelizována Směrnicí 2004/27/ES.

Tento „kodex humánních léčiv Evropské unie“ pohltil legislativní obsah směrnic, které upravují výrobu a distribuci léčiv. Z důvodů odlišnosti legislativních procedur,

metod a nástrojů zůstaly stranou právní standardy Evropské unie (dále také EU), které upravují regulaci cen, centralizovanou registraci a ochranu práv duševního vlastnictví.

2.6.2 Česká léková legislativa

V české prostředí, je ovšem zcela určitě stěžejní zákon 378/2007 Sb. o léčivech a o změnách některých souvisejících zákonů (zákon o léčivech) [Česko, 2007], který značně determinuje aktivity farmaceutických firem. Již od počátku tvorby tohoto zákona byl pojmán jako odraz standardů a směrnic EU. Tento zákon detailně upravuje fungování farmaceutického průmyslu od vývoje a výzkumu léčiv, přes výrobu, distribuci či farmakovigilanci.

Zákon, který ošetřuje reklamu ve farmaceutickém průmyslu je zákon 40/1995 Sb. o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů [Česko, 1995]. Ten stanovuje pravidla pro reklamu mj. humánních a veterinárních léčivých přípravků.

A v neposlední řadě má vliv na farmaceutický průmysl zákon č. 527/1990 Sb. o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích ve znění zákona č. 116/2000 Sb. [Česko, 1990], který upravuje patentovou ochranu. S tímto souvisí další zákon tedy zákon č. 173/2002 Sb., o poplatcích za udržování patentů a dodatkových ochranných osvědčení pro léčiva a pro přípravky na ochranu rostlin a o změně některých zákonů [Česko, 2002], který umožňuje farmaceutickým firmám tzv. dodatečnou ochranu registračních údajů (více viz kapitola 2.2). S ochrannou duševního vlastnictví souvisí ve farmaceutickém průmyslu také zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách [Česko, 2003], jelikož i farmaceutické firmy pochopitelně musí chránit grafická označení svých výrobků příp. služeb.

Farmaceutického průmyslu se může pochopitelně dotýkat řada dalších právních předpisů v závislosti na kontextu. Nicméně zde jsou uvedeny zejména ty nejzásadnější, případně ty, které mají nějaký vztah i k CI.

2.7 Etika ve farmaceutickém průmyslu

Etika ve farmaceutickém průmyslu tzv. „farmakoetika“ se zabývá etickými aspekty vývoje, propagace, prodeje, preskripce a užívání léčiv a jako vědní disciplína

by se měla věnovat zejména sporným otázkám na tomto poli. [Patočková a Slíva, 2009]

Na základě výše uvedené definice lze tvrdit, že etika se prolíná všemi činnostmi probíhajícími ve farmaceutickém průmyslu (vývoj, propagace, preskripce, užívání léčiv) a u všech je nutné dbát určitých etických principů, neboť z podstaty povahy farmaceutického průmyslu je zřejmé, že eticky sporných otázek se v něm vyskytuje mnoho.

Velmi známým příkladem je případ Dr. Nancy Olivieri [Gray, 2013], vědkyně pracující na vývoji léku financovaného farmaceutickou firmou Apotex. Dr. Olivieri přišla na to, že lék může být lidem nebezpečný a i přes zákaz firmy Apotex tyto informace vynášet, se rozhodla její zjištění zveřejnit. Apotex zrušil její úvazek a podal na ni žalobu. Tato kauza se těšila velkému zájmu médií a vedla k veřejné diskuzi o ochraně vědců před komerčními zájmy farmaceutických firem.

Z tohoto případu je patrné, že přílišná orientace na zisk, může potenciálně vést k neetickým praktikám či postupům. Proto je důležité mít nastaveny určité procesy a nástroje, které se tomuto snaží zabránit. Jedním z takových nástrojů jsou etické kodexy a celkově zakořenění etiky ve firemní kultuře.

V současné době se rozšiřuje zavádění etických kodexů jak v originálních, tak i v generických farmaceutických firmách. Také mnoho profesních asociací podmiňuje členství závazáním se k dodržování etického kodexu dané asociace (v ČR např. ČAFF). Etické kodexy farmaceutických firem či profesních asociací obvykle postihují podobné oblasti. Každá organizace však může akcentovat jiné aspekty a mít trochu jiné pojetí.

Například etický kodex ve farmaceutické firmě GlaxoSmithKline (dále také GSK) [GSK, 2014] uvádí konkrétní pokyny, jak se nejlépe zachovat v eticky sporné situaci. Zaměstnanec si má nejdříve položit tyto otázky:

- *„Je to legální?”*
- *Je to v souladu s hodnotami organizace GSK?*
- *Je to v souladu se směrnicemi organizace GSK?*
- *Dokázal(a) bych tento krok obhájit před svou rodinou, přáteli a spolupracovníky?*
- *Vadilo by mi zveřejnění tohoto kroku v tisku?”*

Zaměstnanec má také možnost poradit se o eticky sporných problémech s vedoucím oddělení, právními zástupci, oddělením HR či oddělením Global Ethics and Compliance Team, které dohlíží na naplňování hodnot a etického kodexu.

Dále je v kodexu zdůrazněno, že firma GSK plně podporuje vyjádření vlastního názoru a každý má tak možnost poukázat na případné neetické nebo protizákonné jednání. Tato hlášení musejí být důvěrná, aby daní lidé byli chráněni před odplatami a jakýmkoliv formami obtěžování.

Etický kodex se ve firmě GSK vztahuje na všechny zaměstnance ve všech úrovních organizace (i dočasné pracovní úvazky a externisty). Porušení etického kodexu, směrnice organizace GSK či příslušných zákonů vede k disciplinárnímu řízení, které může končit ukončením pracovního poměru. [GSK, 2014]

Dle HR ředitelky farmaceutické firmy Pfizer [Olsen, 2014] se etické standardy rok od roku velmi zpřísňují a stejně tak jejich kontrola a dohled na jejich dodržování. Například firma Pfizer nemůže lékaři darovat hrníček na kávu či propisku s logem firmy. Veškeré dary, mimo lékařskou literaturu do 1 500 Kč ročně, jsou zakázány. Stejně tak mají velmi přísné limity na pohoštění, firma nesmí podporovat uspořádání kongresu v turisticky atraktivních destinacích a nesmí využívat luxusní hotely apod.

Etické principy a hodnoty je nutno přijmout za své, ztotožnit se s nimi a osvojit si je, proto farmaceutické firmy také často organizují pravidelná rozsáhlá školení zaměřené na etické principy a kodexy, které mají zaměstnancům pomoci se připravit na řešení eticky sporných situací.

2.8 Sociální inženýrství ve farmaceutickém průmyslu

Sociální inženýrství definuje web ManagementMania [2015] jako „*pojem pro manipulaci a klamání lidí, zpravidla za účelem získání informací nebo proniknutí do systému*“.

Jeho nebezpečnost spočívá zejména v tom, že necílí na technologické zabezpečení, ale zpravidla na nejslabší článek jakéhokoli zabezpečení a tím je sám člověk. Jedná se tedy o manipulativní jednání, které má za cíl člověka oklamat a navodit v něm nějakou klamnou představu, která povede k tomu, že člověk útočnickovi sám předá/zpřístupní požadované informace. Mezi jeho metody patří:

- *“Vydávání se za někoho jiného,*
- *Vyvolání stresové nebo nebezpečné situace (řešení nebezpečné situace, kterou je třeba řešit rychle),*
- *Vyvolávání důvěry,*
- *Vyvolávání lákavé nebo ziskové činnosti (výhra v loterii, sexuální obsah),*
- *Vyvolávání zvědavosti.” [ManagementMania, 2015]*

Původ tohoto jednání je starý jako lidstvo samo, typicky se například jedná o vydávání se za někoho jiného (např. vydávání se za elektrikáře, policistu apod.). V dnešní digitální době ovšem často dochází k realizaci těchto praktik jinými cestami (typicky například emailem, telefonem apod.).

K realizaci těchto technik může docházet jak na úrovni jednotlivce, tak i na úrovni firemní, institucionální. A právě ve farmaceutickém průmyslu, jak bylo již mnohokrát řečeno, je nesmírná míra kompetitivnosti, která vede ke strachu představitelů farmaceutických firem z úniku informací, třeba právě metodami sociálního inženýrství. Proto se farmaceutické firmy snaží tyto rizika minimalizovat a to zejména prostřednictvím nejrozličnějších školení (např. e-learningové kurzy, ale i tradiční školení zaměstnanců) a nastavením přísných pravidel, neboť jak již bylo řečeno, nejslabší článek je vždy člověk. Technologické zabezpečení je samozřejmostí, nicméně v tomto případě hraje druhotnou roli, neboť obvykle tyto útoky míří nikoliv na technologii, ale na člověka.

3. Charakteristika competitive intelligence ve farmaceutickém průmyslu

Farmaceutický průmysl je bezesporu jedním z nejdynamičtějších odvětví světové ekonomiky. Je závislý na inovacích, vývoji a výzkumu a v důsledku toho je značně kompetitivní. Současně je toto odvětví velmi rizikové, neboť finanční prostředky vynaložené na vývoj a výzkum nových léčiv negarantují automaticky úspěch. Ovšem v případě úspěšného vyvinutí a patentování nové látky/léčiva (tzv. blockbuster) jsou zisky farmaceutických firem velice vysoké. Farmaceutické firmy jsou tedy pod velký tlakem, aby si udržely svoji pozici na takto dynamickém a fragmentovaném trhu. Z těchto důvodů je monitorování konkurence pro každou farmaceutickou firmu nezbytné. [Badr, Madden a Wright, 2006]

*„Farmaceutické firmy potřebují být pozorné vůči aktivitám konkurence a možnému **dopadu** na jejich práci, proto je nutné provozovat CI jako základní součást vývoje a výzkumu.“* [Mullen et al., 2003]

3.1 Specifika competitive intelligence ve farmaceutickém průmyslu

Farmaceutický průmysl má oproti jiným odvětvím mnohá specifika a z těchto důvodů má i CI v tomto sektoru jistá specifika. Tsokanas a Fragouli [2012] je shrnuli do čtyř hlavních bodů.

a) Konkurenční uspořádání - farmaceutické firmy soutěží o každou terapeutickou oblast či konkrétní nemoc, kdežto firmy v jiných odvětvích soutěží v rámci určitých produktů.

b) Regulované tržní prostředí - ve farmaceutickém průmyslu je většina informací o konkurenci volně k dispozici, proto je nutné vždy pečlivě zvážit, co je vhodné zveřejnit např. za účelem přilákání investorů a co je naopak nutné utajit z konkurenčních důvodů.

c) Komplexní povaha zákazníků - v rámci farmaceutického průmyslu existují tři hlavní skupiny zákazníků: lékaři, pacienti a vlády jednotlivých zemích. Je tedy zřejmá určitá asymetričnost v jejich povahách.

d) Technická povaha produktu - léčiva jsou velmi specifickým produktem, k jehož vynalezení a následně prodeji vede velmi zdoluhavá a náročná cesta.

3.2 Motivace pro provozování competitive intelligence ve farmaceutickém průmyslu

Jaké jsou konkrétní důvody, motivace pro praktikování CI ve farmaceutickém průmyslu? Dle průzkumu Badr, Madden a Wright [2006] se jedná především o tyto důvody (řazeno sestupně):

- průmyslová informovanost,
- pomoc strategickému plánování,
- vývoj nových produktů,
- vývoj nových marketingových strategií a taktik,
- vývoj nových technologií,
- identifikace potřeb potenciálních zákazníků,
- zpětná vazba pro implementaci strategie,
- podpůrné taktické aktivity.

Z výše uvedených důvodů k praktikování CI je zřejmé, že provozování CI může pomoci v mnoha oblastech (výzkum a vývoj, marketing, strategické plánování). Obecným cílem je potom zkvalitnění strategického rozhodovacího procesu (strategic decision making process), a to díky informacím/znalostem, které CI vygeneruje.

3.3 Oblasti zájmu farmaceutických firem z hlediska competitive intelligence

Otázkou zůstává, na které konkrétní oblasti je nutné se v rámci realizace CI ve farmaceutických firmách zaměřit. Wright et al. [2008] uvádí následující oblasti, které jsou stěžejní z pohledu farmaceutických firem.

- změny v portfoliu konkurence,
- investice konkurence do výzkumu a vývoje,
- klinické zkoušky a patentové přihlášky,
- fúze a akvizice ve farmaceutickém průmyslu, které by mohly představovat hrozbu,
- obchodní politika,
- změny v obchodní struktuře konkurence,
- změny v komerčních prioritách,
- potenciální dopad konkurenčního léčiva nově vstupujícího na trh,
- legislativní změny.

Výše uvedené jevy jsou výběrem nejzásadnějších oblastí, které je potřeba ve farmaceutickém prostředí pravidelně monitorovat a vyhodnocovat jejich možný dopad na danou firmu. Vždy je nutné dbát na kvalitní provedení cyklu CI, neopomíjet jeho cykličnost a dbát na zpětnou vazbu.

3.4 Role duševního vlastnictví při činnostech competitive intelligence ve farmaceutickém průmyslu

3.4.1 Duševní vlastnictví

CI bylo definováno v předchozích kapitolách, nyní tedy trochu teoretického vhledu do samotného duševního vlastnictví. Příručka osvědčených postupů ÚPV [2010] komentuje duševní vlastnictví následovně:

„Vnitrostátní a mezinárodní právní předpisy a úmluvy považují výsledek duševního úsilí osob za právo k duševnímu vlastnictví. Práva k duševnímu vlastnictví představují prostředek ochrany některých nehmotných aktiv společnosti. Zákonná práva k duševnímu vlastnictví lze rozdělit následovně:

- *Průmyslové vlastnictví (patenty, ochranné známky, průmyslové vzory),*
- *Autorské právo a související práva.“*

Z hlediska CI ve farmaceutickém průmyslu nás bude zajímat zejména průmyslové vlastnictví, konkrétně především **patenty**, které jsou pro tento sektor významným zdrojem informací o konkurenci.

3.4.2 Patenty

Příručka osvědčených postupů ÚPV [2010] definuje patent jako:

„Patent je dokument, který původci vynálezu, případně přihlašovatelé přiznává právo bránit ostatním ve využívání vynálezu uvedeného v patentu. Stát uděluje monopol v délce maximálně 20 let výměnou za úplné zveřejnění vynálezu.“

Zákon č. 527/1990 Sb., potom zavádí tzv. pozitivní definici patentovatelnosti vynálezů

„patenty se udělují na vynálezy, které jsou nové, jsou výsledkem vynálezecké činnosti a jsou průmyslově využitelné“.

Patenty lze registrovat na více úrovních. Jednou z možností je udělení evropského patentu na základě Úmluvy o udělování evropských patentů (EPC). Další možnost je získání patentové ochrany v mnoha zemích na základě smlouvy o patentové spolupráci (PCT). Touto cestou lze získat výsledky mezinárodních rešerší a předběžného výzkumu a poté dále vstoupit do národních a regionálních fází řízení o patentové přihlášce do 30/31 měsíců od podání prioritní přihlášky. [Pechová, 2012, s. 85]

Patenty ve farmaceutickém průmyslu

Pro farmaceutický průmysl představuje nejčastější formu patentové ochrany ochrana farmaceutických vynálezů, kde Zákon č. 527/1990 Sb., uvádí tyto možnosti ochrany:

- „*přímo chemicky vyrobené sloučeniny, resp. skupiny sloučenin spadajících pod jeden strukturní vzorec,*
- *způsobů výroby těchto sloučenin,*
- *použití těchto látek k novému účelu,*
- *zařízení pro jejich výrobu“.*

Dále je možné patentovat složení léčiv, způsoby výroby léčivých přípravků, lékové formy léčiv. Speciální možností je případ, kdy samotná chemická sloučenina je známa a nové je pouze její první (či druhé, případně další) medicínské použití. Je totiž běžnou praxí, že až za delší čas po vynalezení určité chemické sloučeniny je nalezeno její medicínské použití. [Pechová, 2012, s. 85]

Samotný proces patentování chemicky vyrobených látek a léčiv probíhá standardní cestou pomocí patentové přihlášky, ve které je formulována žádost o patent, popis vynálezu a patentové požadavky. Příslušný úřad (v ČR Úřad průmyslového vlastnictví) přihlášku posoudí, zajistí tzv. předběžný průzkum, jehož součástí je zpravidla patentová rešerše a následně ji zveřejní, což oznámí ve svém Věstníku. Tento transparentní postup existuje zejména proto, aby bylo umožněno veřejnosti vznést proti jeho obsahu námitky. Patentové přihlášce je určeno číslo přihlášení s uvedením data, kdy byla podána. Po splnění všech zákonných nároků a prokázání patentové čistoty je vynálezu udělen patent. Dle mezinárodních úmluv je patent platný 20 let od podání přihlášky, ale ochrana začíná působit ode dne oznámení o udělení. Jak již bylo zmíněno v kapitole 2.2, po uplynutí patentové ochrany lze léčiva chránit tzv. datovou exkluzivitou. [Kudláček, 2003, s. 131]

3.4.3 Patenty jako zdroj informací pro competitive intelligence

Jak je zřejmé z výše uvedeného, patent indikuje vždy nějaký pokrok či inovaci. Z tohoto důvodu jsou patenty a další formy duševního vlastnictví velmi dobrým vhladem do předmětu činnosti konkurence. V současné době existuje spousta

informačních zdrojů, ze kterých lze informace o duševním vlastnictví konkurentů získat. Jsou to pochopitelně databáze národních úřadů průmyslového vlastnictví (v ČR Úřad průmyslového vlastnictví) či například volně dostupný Google Patents, které tyto informace poskytují zdarma, ovšem bez přidané hodnoty. Na druhé straně potom existují komerční firmy, které nabízejí informační zdroje s přidanou hodnotou (mapy, grafy o množství patentů v průběhu času, mapování určitých oblastí apod.). Mezi komerční patentové informační zdroje, které jsou obzvláště vhodné pro činnosti CI ve farmaceutickém průmyslu patří například Derwent World Patents Index (o patentových informačních zdrojích je podrobněji pojednáno v kapitole 4.3).

A nyní se dostáváme k jádru této kapitoly, jaké strategicky cenné informace lze z patentů získat? Jedná se typicky o:

- informace o patentech, jejich historii, četnosti, obsahu a časové ose (tyto informace odhalují zaměření, intenzitu a úspěšnost jejich vědeckovýzkumného úsilí),
- informace o vhodných potenciálních spolupracujících subjektech, ať už právnické subjekty (firmy, univerzity, výzkumné ústavy atd.) či fyzické subjekty,
- informace o trendech na trhu (např. informace o konkurenčních subjektech a jejich potenciálním chování, lze tak například odvozovat budoucí fúze),
- informace o důvěryhodnosti partnerů na základě "informačních stop" v oblasti patentů a i ochranných známek,
- informace o expiraci daných patentů, které skýtají možnost komerčního využití pro generické firmy.

Všechny tyto informace lze po jejich vyhodnocení použít pro různá strategická rozhodnutí v rámci organizace. Výše uvedené dokládá, že patenty opravdu zaujímají v CI ve farmaceutickém průmyslu významné místo, nicméně je určitě na místě nespolehat pouze na ně a používat i další zdroje informací. Ve valné většině případů lze kombinací nejrozličnějších přístupů, zdrojů a metod dojít k nejlepším výsledkům.

3.5 Zdroje pro competitive intelligence ve farmaceutickém průmyslu

Zdroje pro CI ve farmaceutickém průmyslu mohou mít pochopitelně mnoho podob, například Neil H. Gray [2007] tvrdí, že nejlepším zdrojem informací pro CI jsou zaměstnanci či experti. Je ovšem zřejmé, že žádný CI specialista se nemůže obejít bez dalších informačních zdrojů, tedy nejrozličnějších databází. Z hlediska CI ve farmaceutickém průmyslu existuje velké množství užitečných ať už komerčních, či nekomerčních databází, které skýtají cenné informace vhodné pro činnosti CI. Spektrum těchto zdrojů je velmi široké a výběr konkrétních informačních zdrojů je závislý na mnoha proměnných. V první řadě samozřejmě záleží na konkrétním zadání CI úlohy, tedy jaké informace potřebujeme získat a na základě toho potom dochází k výběru vhodných technik a zdrojů.

Informační zdroje lze samozřejmě rozdělit na základě jejich charakteristik do různých skupin. Pro účely této práce jsem se pokusila informační zdroje rozdělit do skupin, zejména dle jejich zaměření a obsahu tak, aby bylo poukázáno na šíři a rozmanitost možných relevantních informací potřebných pro činnosti CI. Rozdělení však není určité absolutní a kompletní, představuje pouze jeden z mnoha možných náhledů na tuto problematiku.

- informační zdroje s analytickými zprávami,
- informační zdroje národních lékových agentur,
- informační zdroje patentových informací,
- informační zdroje komplexního charakteru,
- informační zdroje vědeckých informací.

V následující kapitole budou popsány jednotlivé skupiny informačních zdrojů a současně uvedeni významní představitelé těchto skupin. Vybrané databáze budou podrobněji popsány.

4. Popis a analýza vybraných informačních zdrojů vhodných pro činnosti competitive intelligence ve farmaceutickém průmyslu

4.1 Informační zdroje s analytickými zprávami

Tento typ databází poskytuje nejrozličnější analytické zpracované informace z oblasti byznysu. Ve farmaceutickém průmyslu se typicky jedná o nejrozličnější analytické zprávy o stavu farmaceutického trhu v určitých zemích či terapeutických oblastech. Dále jsou to například zprávy o portfoliu farmaceutických firem, předpovědi vývoje farmaceutického průmyslu či jeho určitého segmentu apod. Tyto databáze jsou zpravidla komerčního charakteru. Uživatel se obvykle volně dostane k jednotlivým záznamům reportů až po úroveň abstraktu, ale pro stáhnutí si musí databázi buď předplatit, nebo zaplatit samostatně za vybranou zprávu. Nespornou výhodou, která ale může být v jistém ohledu i nevýhodou, je komplexní zpracování dané problematiky. Výhoda to může být v tom, že si uživatel nemusí předplácet jednotlivé pipeline databáze, jelikož z nich získává již zpracovaná data a informace v podobě analytických zpráv, čímž tedy uživateli šetří práci v analytickém zpracování. Nevýhoda spočívá v tom, že názory jednotlivých analytiků zpracovávajících dané reporty se mohou lišit a uživatel tedy tak nemá plnou kontrolu nad kvalitou dané zprávy. Dalším nevýhodným aspektem je potom aspekt času, neboť tento typ reportů velice rychle zastarává a již po 1-2 letech se stává prakticky bezcenným. [Rösslerová, 2012]. Mezi představitele tohoto typu informačních zdrojů patří:

- Datamonitor,
- Business Insight,
- Espicom,
- Market Research,
- GBI Research,
- Global Data.

V rámci další kapitoly bude podrobněji analyzován jeden představitel této skupiny, a to Datamonitor. Vzhledem k nedostupnosti tohoto zdroje a omezeným sekundárním zdrojům (pouze propagační materiály) nelze provést komplexní analýzu. Jsou zde ovšem v rámci dostupných materiálů popsány relevantní části, které představují jádro tohoto systému.

4.1.1 Datamonitor

Základní informace

Popis a analýza systému Datamonitor byla provedena v září 2015, přičemž při dokončování této diplomové práce bylo zjištěno, že 9. 11. 2015 byl tento systém redesignován. Dalším novým zjištěním je, že od 1.9.2015 Datamonitor změnil strukturu, již neobsahuje i další části, ale vznikl samostatný Datamonitor Healthcare, přičemž ostatní části, kterým se v minulosti také věnoval, byly koupeny společností Progressive Digital Media. Producentem Datamonitor Healthcare zůstává společnost Informa.

Popis a analýza původní verze Datamonitoru je dostupná v příloze č. 1. Zde bude nyní popsána a analyzována aktuální podoba Datamonitoru (k 1.12.2015). Datamonitor prošel kompletním redesignem a změna je v tomto ohledu opravdu výrazná a nutno dodat, že bezesporu se jedná o změnu k lepšímu. Datamonitor stále nabízí expertní analýzy pěti klíčových farmaceutických sektorů (strategie, léčiva, firmy, epidemiologie, nemoci). Informace z těchto klíčových farmaceutických odvětví jsou zpracovávány experty z platformy SCRIP Intelligence do analytických zpráv, komentářů, předpovědí apod. [Datamonitor, 2015a]

Vzhledem k nedostupnosti tohoto zdroje a omezeným sekundárním zdrojům (pouze propagační materiály) nelze provést komplexní analýzu. Jsou zde ovšem v rámci dostupných materiálů popsány relevantní části, které představují jádro tohoto systému.

Práce se systémem

Stále také zůstává rozdělení na volně dostupnou část a licenční část. Volně dostupná služba funguje opět na principu internetového obchodu a licenční část funguje standardním způsobem.

Ve volně dostupné části lze vyhledávat a také dle různých kategorií prohlížet nabízené analytické zprávy. Záznam vybrané analytické zprávy obsahuje zhruba stejné informace jako před redesignem viz obr. č. 7.

Company Analysis: Johnson & Johnson

Introduction

This analysis examines the historical and forecast performance for Johnson & Johnson in the prescription pharmaceutical sector. The profile encompasses global company strategy, portfolio and pipeline analysis, and assessment of financial performance, with 1 to 6-year sales forecasts for key drugs.

Features and benefits

- ✓ Gain insight into Johnson & Johnson's strategic outlook across the next 6 years.
- ✓ Analyze company sales forecasts by lifecycle stage, assessing pipeline productivity, indication broadening strategies, and exposure to generics.

Highlights

Johnson & Johnson represents one of the most diverse healthcare companies, with strong positions in the pharmaceutical, diagnostics, and consumer segments of the market. This diversification reduces the company's dependence upon any one area and is set to broaden further across 2011–17, especially after the acquisition of Synthes in 2011.

Your key questions answered

- ✓ Benchmark Johnson & Johnson's performance against key rivals in the prescription pharmaceutical sector.
- ✓ Discover how Johnson & Johnson has utilized M&A to become one of the world's largest multi-disciplinary healthcare companies.

Report

PUBLISHED BY Datamonitor
PUBLISHED ON 17 Dec 2012

\$2800

BUY NOW
VIA OUR SECURE CHECKOUT

[Table of contents](#)

Payment methods



You can also pay by invoice

Instant access

Download your research as soon as you make your payment

Obr. č. 7 - záznam konkrétní zprávy ve volně dostupné části Datamonitoru [Datamonitor, 2015b]

Uživatelské rozhraní v licenční části vždy obsahuje v horní části layout s klíčovými farmaceutickými sektory (strategie, léčiva, firmy, epidemiologie, nemoci). Pod ním se nachází další příslušná dělení, která lze prohledávat viz obr. č. 8.

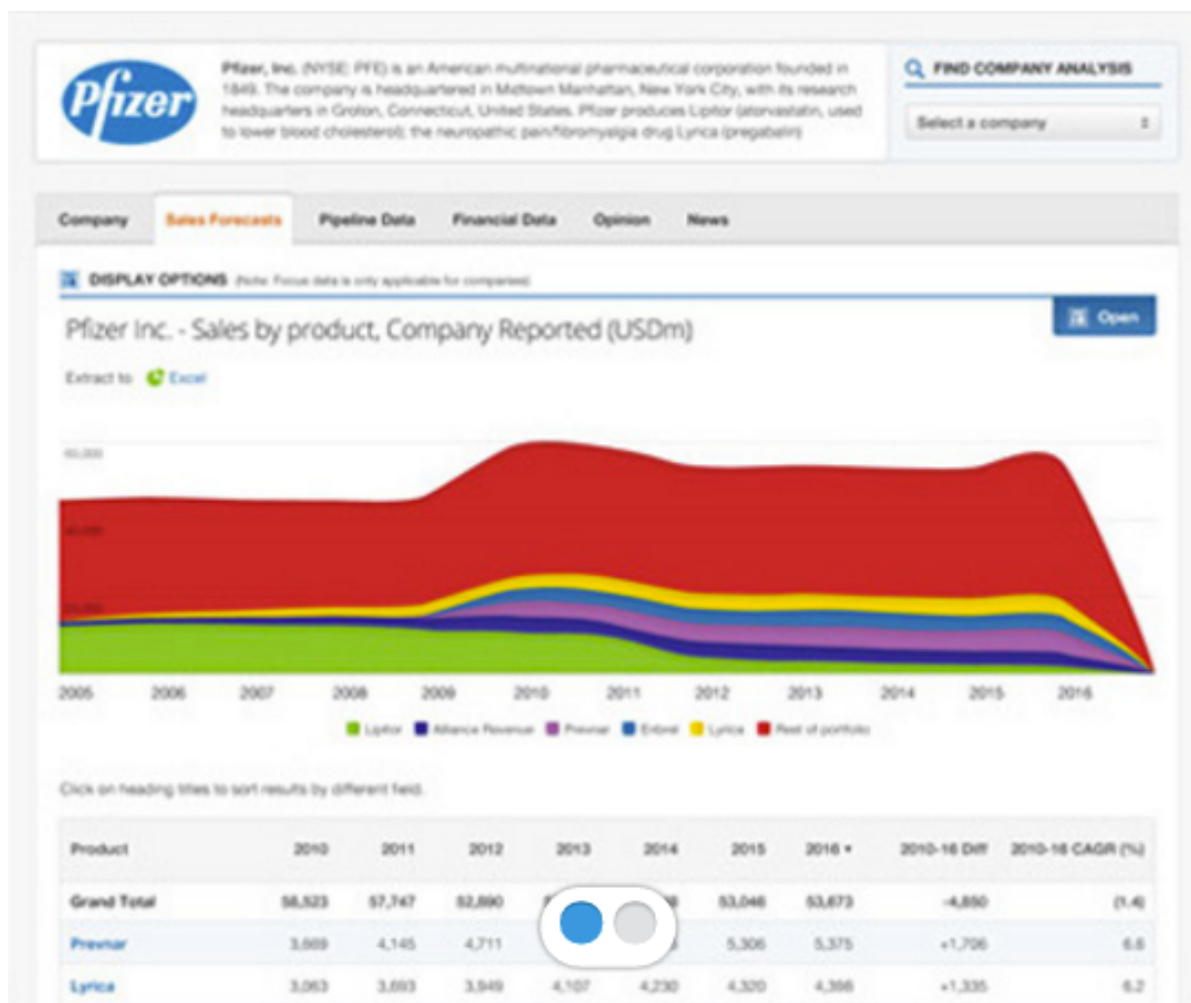


Obr. č. 8 - uživatelské rozhraní v licenční části Datamonitoru [Datamonitor, 2015a]

Z obr. č. 8 je zřejmé, že lze zde nalézt opravdu mnoho informací k danému tématu. Stěžejním bodem ovšem zůstávají analytické zprávy, komentáře, předpovědi apod., které zpracovávají zkušení odborníci z platformy SCRIP Intelligence. Datamonitor stále nabízí referenční službu, nyní pod názvem „Ask the analyst“, která umožňuje předplatitelům s analytiky libovolně diskutovat. K dispozici jsou samozřejmě také alertové služby.

Záznam o vybrané entitě, v tomto případě o firmě Pfizer, obsahuje informace vždy v několika záložkách (obr. č. 9). Konkrétně se jedná o informace o firmě („Company“), tedy tzv. kancelářské informace. Dále prodejní předpovědi („Sales Forecasts“), které umožňují vhled do trendů v oblasti prodeje dané firmy. Další záložku jsou pipeline data („Pipeline Data“), jež nabízí informace o pipeline dané firmy. Následuje záložka finanční data („Financials Data“), která nabízí informace o finanční kondici dané firmy (zisky, ztráty apod.). Předposlední záložka zpřístupňuje

názory odborníků na související témata („*Opinions*“) a poslední záložka poskytuje přehled novinek souvisejících s danou firmou („*News*“).



Obr. č. 9 - ukázka profilu farmaceutické firmy Pfizer v licenční části Datamonitoru
[Datamonitor, 2015]

Jak lze vidět z obr. č. 9, informace obsažené v Datamonitoru jsou bohatě vizualizované a kontextualizované. Je zde zřejmá snaha, o co největší provázanost a obsahový záběr.

Zhodnocení

Datamonitor prošel změnou bezesporu k lepšímu. Uživatelské rozhraní je graficky velmi zdařilé a intuitivní. Z dostupných propagačních materiálů je zřejmá snaha,

o co největší obsahové pokrytí a provázanost s relevantními tématy. Jednotlivé entity jsou vždy doplněné o související informace, což nelze hodnotit jinak než kladně.

4.2 Informační zdroje národních lékových agentur

Každá země s fungujícím státním aparátem má zřízenou národní lékovou agenturu, která obvykle zpřístupňuje mnoho informací užitečných z hlediska competitive intelligence. V první řadě se většinou jedná o databáze registrovaných léčiv a databázi klinických hodnocení. U evropských národních lékových agentur je někdy uživatel přesměrován přímo na stránky Evropské lékové agentury, která zpřístupňuje databázi léků registrovaných v EU a současně provozuje databázi EU Clinical Trials, jež zpřístupňuje klinické studie ze zemí EU, která jsou extrahována z databáze EudraCT.³ V době psaní této diplomové práce (listopad 2015) se v EU Clinical Trials nacházelo 26 712 klinických hodnocení. [EU Clinical Trials, 2015]

Podobně je na tom další významná léková instituce a to americká Food and Drug Administration, která provozuje taktéž databázi léků a spolupodílí se společně s U. S. National Institutes of Health na volně dostupném registru klinických hodnocení ClinicalTrials.gov, který zpřístupňuje klinická hodnocení z celého světa, nejenom z USA, ale také z dalších 190 zemích. V době psaní této práce (listopad 2015) obsahuje registr 202 011 klinických hodnocení. [ClinicalTrials.gov, 2015]

V rámci této práce jsem se rozhodla podrobněji popsat webové stránky českého Státního ústavu pro kontrolu léčiv z hlediska dostupných informací užitečných pro činnosti CI.

³ “EudraCT je evropskou databází intervenčních klinických studií pro léčivé přípravky, jež vznikla 1. května 2004 na základě směrnice 2001/20/ES jako důvěrná databáze pro účely využití národními lékovými regulačními autoritami k podpoře supervize klinických studií. EudraCT tak není volně dostupnou databází. Evropská farmaceutická legislativa (čl. 57 nařízení č. 726/2004/ES a čl. 41 nařízení č. 1901/2006/ES) však zároveň vyžaduje, aby informace obsažené v databázi EudraCT spravované EMA byly dostupné veřejnosti. EMA tak zřízením volně dostupného registru klinických studií EU Clinical Trial Register podmínky evropské směrnice naplňuje.” [Rösslerová, 2012].

4.2.1 Databáze Státního ústavu pro kontrolu léčiv

Státní ústav pro kontrolu léčiv je významným poskytovatelem informací z oblasti farmaceutického průmyslu. Provozuje tři databáze:

- databáze léků,
- databáze lékáren,
- databáze klinických hodnocení.

Všechny tyto databáze jsou volně přístupné široké veřejnosti. Z hlediska competitive intelligence je využitelná databáze léků a databáze klinických hodnocení.

Z webových stránek SÚKLu lze ovšem vytěžit ještě další strategicky cenné informace. Nachází se zde sekce: **Dodávky léčivých přípravků v ČR v jednotlivých letech**⁴. Z těchto informací lze zjišťovat spotřebu konkrétních léčivých přípravků v daném časovém období, z čehož lze odhadovat i poptávku po určitých léčivých přípravcích. Komerčním a mezinárodním ekvivalentem k tomuto zdroji je informační zdroj od společnosti IMS Health - IMS PADDS, který představuje analytický mezinárodní informační zdroj o celosvětové spotřebě a prodeji léčivých přípravků.

4.2.1.1 Databáze léků

Základní informace

Jak již bylo zmíněno, tuto databázi provozuje Státní ústav pro kontrolu léčiv. Obsahuje více než 8 000 záznamů o léčivých přípravcích a potravinách pro zvláštní lékařské účely [Kebza, 2015]. Lze v ní vyhledat všechny léky registrované SÚKL, společně s dalšími doplňujícími informacemi.

Práce se systémem

Systém nabízí pouze jedno vyhledávací rozhraní spíše pokročilého typu (viz obr. č. 10). Vyhledávat lze dle:

⁴ <http://www.sukl.cz/dodavky-leciv-v-ceske-republice-v-jednotlivych-letech>.

- začátku názvu léčivého přípravku (lze zadat celý název, ale i pouze část názvu),
- kódu SÚKL,
- ATC skupiny (Anatomicko-terapeuticko-chemické skupiny - jedná se o selekční jazyk definovaný Světovou zdravotnickou organizací, po kliknutí na „*ATC skupiny*“ se otevře nové okno s možností procházet jednotlivé kategorie v klasifikaci),
- začátku názvu účinné látky (lze zadat celý název, ale i pouze část názvu),
- cesty podání (zde lze vybrat z mnoha předvolených možností v rolovacím menu namátkou například: nosní podání, ušní podání, orální podání apod.),
- stavu registrace (zde lze opět vybrat z předvolených možností v rolovacím menu, k dispozici jsou tyto možnosti:
 - registrovaný léčivý přípravek – R,
 - přípravek po provedené konverzi kódů – Q,
 - přípravek po provedené změně – B,
 - přípravek, jehož registrace byla zrušena – C,
 - specifický léčebný program povolený MZ ČR – F,
 - potravin pro zvláštní lékařské účely – P,
 - pozastavení registrace léčivého přípravku – M,
 - registrace s uplynulou lhůtou platnosti – Y.)

Dále jsou k dispozici limitační pole. Omezit vyhledávání lze dle léčivých přípravků vázaných/nevázaných na předpis či dle jiné formy dostupnosti. Dále také dle způsobu úhrady léčivého přípravku tedy: hrazené, plně hrazené, obchodované, nehrazené. Po rozkliknutí „*Více parametrů*“ lze vyhledávání omezit dle kategorií: léčivé přípravky ve specifickém léčebném programu, vyhrazené léčivé přípravky, homeopatika, potraviny pro zvláštní lékařské účely, léčivé přípravky v rámci souběžného dovozu a distribuce, léčivé přípravky s povolenou cizojazyčnou šarží a léčivé přípravky s podezřením na doping. Dále lze také omezit vyhledávání dle přítomnosti Braillova písma na obalu léčivého přípravku. Poslední možností omezení vyhledávání je soupis možných držitelů rozhodnutí o registraci, ve kterém lze zaškrtnout požadovanou firmu či firmy. Nyní lze zadat buď příkaz „*Vyhledat*“, a nebo „*Exportovat*“. Exportování probíhá tím způsobem, že zadáme svoji emailovou adresu,

na kterou nám obratem přijde odkaz, který umožňuje následující dvě hodiny stáhnout příslušnou excelovou tabulku.

Vyhledávání

[Návod k vyhledávání](#)

Začátek názvu léčivého přípravku:
Kód SÚKL:
ATC skupina:
Začátek názvu účinné látky:
Cesta podání:
Stav registrace:

☒ Všechny léčivé přípravky
☐ Léčivé přípravky vázané na lékařský předpis
☐ Léčivé přípravky vázané na lékařský předpis s modrým pruhem
☐ Léčivé přípravky vázané na lékařský předpis s omezením
☐ Léčivé přípravky bez lékařského předpisu
☐ Léčivé přípravky bez lékařského předpisu s omezením
☐ Léčivé přípravky bez lékařského předpisu s omezením (RLPO)
☐ Léčivé přípravky ve specifickém léčebném programu
☐ Vyhrazené léčivé přípravky
☐ Homeopatika
☐ Potraviny pro zvláštní lékařské účely (PZLÚ)
☐ Léčivé přípravky v rámci souběžného dovozu a distribuce
☐ Léčivé přípravky s povolenou cizojazyčnou šarží
☐ Léčivé přípravky s podezřením na doping

☐ Hrazené ?
☐ Plně hrazené ?
☐ Obchodované ?
☐ Nehrazené ?

Registrační číslo:

Braillovo písmo:
☒ Schváleno – text na obalu odpovídá zákonným požadavkům.
☒ Výjimka.
☒ U léčivého přípravku nebylo požádáno o uvedení Braillova písma na obalu, resp. o výjimku z uvedení Braillova písma na obalu, nebo tato žádost nebyla vyřízena.

Držitel rozhodnutí o registraci:

☐ +pharma arzneimittel gmbh, Graz, RAKOUSKO
☐ 1 A Pharma GmbH, Oberhaching, NĚMECKO
☐ 3M Deutschland GmbH, Neuss, NĚMECKO
☐ 4 LIFE PHARMA CZ, s.r.o., Praha, ČESKÁ REPUBLIKA
☐ A. Menarini Industrie Farmaceutiche Riunite S.r.l., Floren
☐ Abbott Arzneimittel GmbH, Hannover, NĚMECKO
☐ Abbott Biologicals B.V., Weesp, NIZOZEMSKO

[« Méně parametrů](#)

Vyhledat

Exportovat

Stránkovat výpis po 20 záznamech

Obr. č. 10 - vyhledávací rozhraní databáze léků SÚKL [SÚKL, 2015d]

Po úspěšném vyhledání se dostáváme k samotnému záznamu určitého léčivého přípravku. Pro demonstrační účely jsem zadala do kolonky „Začátek názvu léčivého přípravku“ název léku Entizol. Vyhledané záznamy jsou abecedně řazené a obsahují stručné informace o názvu léčiva, kódu SÚKL, registračním čísle, odkazu na pdf s SPC (Souhrn údajů o přípravku) a s PIL (Příbalová informace), dále příslušnosti k ATC skupině a informaci a stavu registrace. Po vybrání léčivého přípravku se dostáváme

k detailnímu záznamu, který obsahuje souhrn informací v šesti záložkách (viz obr. č. 11):

- základní,
- doprovodné texty,
- ceny a úhrady,
- dostupnost,
- dovoz ve zvláštním režimu,
- kontakty.

ENTIZOL

POR TBL NOB 20X250MG

Základní	Doprovodné texty	Ceny a úhrady	Dostupnost	Dovoz ve zvláštním režimu	Kontakty
Kód SÚKL	0002427				
Název LP	ENTIZOL				
Doplňěk názvu	POR TBL NOB 20X250MG				
Cesta	Perorální podání				
Léková forma	Tableta				
Velikost balení	20				
Síla	250MG				
Jazyk obalu	česky				
Typ balení	Blistr				
Režim výdeje	na lékařský předpis				
Účinná látka	METRONIDAZOL (METRONIDAZOLUM)				
ATC skupina	P01AB01				
Název ATC skupiny	Metronidazol				
INFORMACE O REGISTRACI					
Registrační číslo	25/ 128/72-C				
Registrační procedura	registrace národním postupem				
Stav registrace	R - registrovaný léčivý přípravek.				
Držitel rozhodnutí o registraci	Zakłady Farmaceutyczne Polpharma SA, Starogard Gdański				
Země držitele	POLSKO				

Obr. č. 11 - záznam vyhledaného léku Entizol v databázi léků SÚKL [SÚKL, 2010d]

V záložce **základní** se nachází informace o názvu, kód SÚKL, doplněk názvu, cesta, léková forma, velikost balení, síla, jazyk obalu, typ balení, režim výdeje, soupis účinných látek obsažených v léčivém přípravku, ATC skupina a její název, registrační

informace jako registrační číslo, registrační procedura, stav registrace (důležitá informace z hlediska CI), držitel rozhodnutí o registraci (opět významná informace z hlediska CI) a země držitele.

V záložce **doprovodné texty** se nachází odkazy na stáhnutí pdf souboru PIL (Příbalové informace) a SPC (Souhrn údajů o přípravku) a textu na obalu. Je zde také uveden identifikátor EAN, kterým ze zákona musí držitelé o registraci označovat své léčivé přípravky a informace o Braillově písmě na obalu léčivého přípravku.

V záložce **ceny a úhrady** jsou uvedeny, v případě léků na předpis, kterým lék Entizol je, podrobné informace o skladbě ceny léčiva, tedy, jaká je maximální cena dle výrobce (určena ze zákona), jaká je jádrová a maximální úhrada ze zdravotního pojištění, orientační prodejní cena a výše doplatku. V případě léku, který není na předpis, v této záložce žádné informace nejsou.

V záložce **dostupnost** jsou informace z hlášení o zahájení, přerušení a ukončení uvádění léčivého přípravku na trh. U léku Entizol (viz obr. 12) je zde informace o dočasném přerušení z 24.5.2010, kdy byl lék převeden na jinou lékovou formu. Dále je zde odkaz na vyhledávací modul o „*Hlášení o zahájení, přerušení a ukončení uvádění léčivého přípravku na trh*“, ve kterém lze vyhledávat mezi těmito hlášeními. Z tohoto vyhledávání můžeme zjistit vývoj daného léčivého přípravku na trhu, tedy kdy byl obnoven, přerušen, ukončen apod.

Hlášení o zahájení, přerušení a ukončení uvádění léčivého přípravku na trh

V přehledu jsou uvedeny hlášení podaná od 31.12.2007, tedy od data účinnosti novely zákona o léčivech č. 378/2007 Sb., která stanovuje držitelům rozhodnutí o registraci povinnost oznamovat SÚKL uvedení, přerušení nebo ukončení uvádění léčivých přípravků na trh.

Vyhledávání

Začátek názvu léčivého přípravku:	<input type="text" value="entizol"/>
Kód SÚKL:	<input type="text"/>
Typ oznámení:	<input type="button" value="Vše"/> bez následného Obnovení: <input type="checkbox"/>
	Bez uvedení nahrazujícího LP (pouze hlášení starší 5 dnů): <input type="checkbox"/>
Přípravek je hrazen ze zdravotního pojištění:	<input type="button" value="Nerozhoduje"/>
Datum uvedení, přerušení nebo ukončení uvádění léčivého přípravku na trh:	od: <input type="text"/> do: <input type="text"/>
Hlášení podaná:	od: <input type="text"/> do: <input type="text"/>
<input type="button" value="Vyhledat"/>	

Počet nalezených záznamů: 2

Kód SÚKL	Název léčivého přípravku	Doplňek názvu	Typ oznámení	Platnost od	Nahrazující LP ¹⁾
0002427	ENTIZOL	POR TBL NOB 20X250MG	Obnovení	01.07.2010	
0002427	ENTIZOL	POR TBL NOB 20X250MG	Přerušení	24.05.2010	přípravek v jiné lékové formě

Obř. č. 12 - hlášení o zahájení, přerušení a ukončení uvádění léčivého přípravku na trh v databázi léků SÚKL [SÚKL, 2010d]

V záložce **dovoz ve zvláštním režimu** se nachází informace o souběžném dovozu, souběžné distribuci, o specifickém léčebném programu a cizojazyčné verzi.

V poslední záložce kontakty se nachází informace o držiteli rozhodnutí o registraci, tedy název společnosti, odkaz na webové stránky dané společnosti a také emailová adresa a telefonický kontakt.

Zhodnocení

Tato databáze poskytuje poměrně stabilní, spolehlivý zdroj informací o léčivých přípravcích registrovaných na území ČR. Práce s databází je přehledná, návodná a jednoduchá. Vzhledem k tomu, že je zdarma a provozována národní autoritou, nelze zde očekávat přidanou hodnotu, jako tomu bývá u komerčních databází. Z hlediska CI mohou být zajímavé informace o stavu registrace, dostupnosti, firemní informace apod.

4.2.1.2 Databáze klinických hodnocení

Základní informace

Tato databáze byla ustavena k 31.12. 2007 Státním ústavem pro kontrolu léčiv (klinické studie z let 2004 - 2007 jsou postupně dodávány do databáze). Databáze obsahuje záznamy o klinických hodnoceních schválených SÚKL, databáze neobsahuje bioekvivalenční studie a klinické studie, u kterých probíhá zatím první podání léčiva člověku. [Kebza, 2015]

Práce se systémem

Vyhledávací rozhraní je prakticky stejného charakteru jako u předešlé databáze. Vyhledávat lze dle části názvu studie, části názvu diagnózy, roku předložení žádosti, města/místa a dle indikační skupiny, u které lze v rolovacím menu vybrat příslušnou skupinu (např. diabetologie, neurologie, psychiatrie a další). Dále lze omezit vyhledávání dle definovaných požadavků na populaci, lze vybírat mezi těmito skupinami (viz obr. č. 13):

- in utero
- předčasně narození novorozenci (≤ 37 týdnů),
- novorozenci (0 - 27 dnů),
- kojenci a batolata (28 dnů - 23 měsíců),
- děti předškolní a nižší školní věk (2 - 11 let),
- dospívající (12 - 17 let),
- dospělí (18 - 65 let),
- dospělí vyššího věku (> 65 let),
- muži,
- ženy,
- zdraví dobrovolníci,
- nemocní.

Dalším kritériem, kterým lze omezit vyhledávání, je stav studie. Lze vybrat buď všechny, probíhající, nebo ukončené.

Vyhledávání

Pro vyhledání zvolte alespoň jednu možnost (např. indikační skupinu...)

Část názvu studie:

Indikační skupina:

Část názvu diagnózy:

Rok předložení žádosti:

Místo/město:

Definované požadavky na populaci:

- ☐ In utero
- ☐ Předčasně narození novorozenci (<= 37 týdnů)
- ☐ Novorozenci (0 - 27 dnů)
- ☐ Kojenci a batolata (28 dnů - 23 měsíců)
- ☐ Děti předškolní a nižší školní věk (2 - 11 let)
- ☐ Dospívající (12 - 17 let)
- ☐ Dospělí (18 - 65 let)
- ☐ Dospělí vyššího věku (> 65 let)
- ☐ Muži
- ☐ Ženy
- ☐ Zdraví dobrovolníci
- ☐ Nemocní

Stav studie:

- ☒ Všechny
- ☐ Probíhající
- ☐ Ukončené

Vyhledat

Obr. č. 13 - vyhledávací rozhraní databáze klinických hodnocení SÚKL [SÚKL, 2010e]

Pro demonstrační účely jsem zadala do pole část názvu studie Ocrelizumab, což je název přípravku pro léčbu roztroušené sklerózy, který se nyní nachází ve III. fázi klinického testování. Po vyhledání jsou k dispozici dvě studie, které mají ve svém názvu Ocrelizumab, jedna je z II. fáze klinického testování a druhá ze III. fáze klinického testování. Klinické studie jsou abecedně seřazeny a k dispozici je pouze název studie a diagnóza. Pro další práci se systémem byla vybrána studie ze III. fáze klinického testování. Po jejím otevření je k dispozici detailní záznam (viz obr. č. 14), který obsahuje následující informace:

- název studie,
- eudraCT number,
- číslo protokolu,
- zadavatel,
- indikační skupina,
- diagnóza,
- zařazovaná populace,
- rok předložení žádosti,

- datum schválení SÚKL,
- datum schválení MEK,
- datum zahájení,
- datum ukončení,
- poznámka,
- centra, kde bude probíhat KH.

Detail klinického hodnocení

Název studie	Multicentrické, randomizované, dvojité zaslepené, placebem kontrolované klinické hodnocení fáze III s paralelními skupinami, hodnotící účinnost a bezpečnost ocrelizumabu u pacientů s primárně progresivní roztroušenou sklerózou
EudraCT number	2010-020338-25
Číslo protokolu	WA25046
Zadavatel	E. Hoffmann-La Roche, Švýcarsko
Indikační skupina	Neurologie
Diagnóza	primárně progresivní roztroušená skleróza
Zařazovaná populace	Dospělí (18 - 65 let) Muži Ženy Nemocní
Rok předložení žádosti	2010
Datum schválení SÚKL	20.1.2011
Datum schválení MEK	10.11.2010
Datum zahájení	5.5.2011
Datum ukončení	
Poznámka	
Centra, kde bude probíhat KH	MS centrum, neurologické odd. Nemocnice Teplice MS centrum, Neurologická klinika, VFN Praha Neurologická klinika, FN Brno

Obr. č. 14 Detail klinického hodnocení v databázi klinických hodnocení SÚKL [SÚKL, 2010e]

Zhodnocení

Tato databáze nabízí stejné prostředí jako databáze léků, orientace v ní je taktéž návodná, přehledná a jednoduchá. Z hlediska CI se zde opět mohou nacházet užitečné informace. Tedy informace zejména o tom, kdo, kde provádí, jaké klinické studie a co tím může sledovat. Je nutné si ovšem uvědomit, že jsou zde uvedeny pouze klinické studie z České republiky, pro mezinárodní záběr je potřeba využít databáze příslušných národních autorit (např. EU Clinical Trials) a nebo komerční mezinárodní databáze (např. TrialTrove). Z hlediska klinických studií je potřeba

věnovat pozornost zejména těm studiím, které se nachází ve II.-III. fázi, neboť na rozdíl od studií v I. fázi, kde odpadne většina molekul, je u II. a zejména u III. fáze klinického hodnocení solidní pravděpodobnost úspěchu. Databáze klinických hodnocení je stejně, jako databáze léků, přístupná volně a zdarma a proto opět nelze očekávat nějaké zpracované informace s přidanou hodnotou. Nicméně i tak tyto holé faktografické informace mohou posloužit jako dílčí střípek do mozaiky obrazu o konkurenci.

4.3 Informační zdroje patentových informací

Již v kapitole 3.4 bylo pojednáno o významu patentových informací pro činnosti CI. Není tedy překvapením, že patentové informační zdroje hrají při činnostech CI významnou roli.

Patentové informační zdroje lze v zásadě rozdělit do dvou skupin:

- informační zdroje volně přístupné prostřednictvím internetu,
- informační zdroje placené.

Mezi představitele informačních zdrojů volně přístupných prostřednictvím internetu patří databáze patentových úřadů např. Espacenet (Evropský patentový úřad), Patentscope (Světová organizace duševního vlastnictví) a v České republice - databáze patentů a užitných vzorů (Úřad průmyslového vlastnictví).

Dále existují další pro uživatele volně přístupné patentové informační zdroje, například databáze giganta Google - Google Patents, ale také existují webové stránky, za nimiž nestojí žádná korporace či instituce, ale pouze skupina dobrovolníků nebo jiná podobná uskupení. Představitelem tohoto typu zdroje jsou např. portály FreePatentsOnline, Patent Genius či FreshPatents. [Nowaková, 2015]

Mezi představitele informačních zdrojů placených patří veškeré databáze, které jsou komerčního charakteru. Tyto databáze jsou zpřístupňovány buďto přímo svým producentem, a nebo prostřednictvím databázových center. Příkladem může být Derwent World Patents Index (dále také DWPI), IMS Patents a další.

Je nutno také podotknout, že řada databází komplexního charakteru (viz kap. 4.4) obsahuje taktéž patentové informace (např. IMS Knowledge link, Pharmaprojects

a další). Nicméně pouze jako doplněk či určitou nadstavbu, nikoliv jako primární informaci.

V rámci další kapitoly bude podrobněji popsána a základně analyzována databáze Derwent World Patents Index, neboť z hlediska CI ve farmaceutickém průmyslu představuje nejvhodnější zdroj z oblasti patentových informací.

4.3.1 Derwent World Patents Index

Základní informace

Derwent World Patents Index je přední databází producenta Thomson Reuters. Poskytuje přístup k více než 48 milionům patentů, 21 milionům patentových rodin a pokrývá veškerou oblast technologií. Významnou předností DWPI je jeho globální pokrytí. Obsahuje patenty z více než 47 patentových autorit včetně Evropského patentového úřadu, Světové organizace duševního vlastnictví, ale také autorit z asijských zemí, Severní i Jižní Ameriky či Austrálie. Přidaná hodnota tohoto zdroje spočívá ve velmi precizní, kvalitní klasifikaci, indexaci a tvorbě vlastních abstraktů. Retrospektiva spadá do roku 1963 a aktualizace je prováděna každé 3-4 dny. Přístup do DWPI je možný více způsoby, jednak lze zakoupit licenci přímo od producenta, firmy Thomson Reuters nebo lze využít databázová centra, např. STN International, Proquest Dialog, Questel, které mají tuto databázi ve svém portfoliu. [Thomson Reuters, 2012]

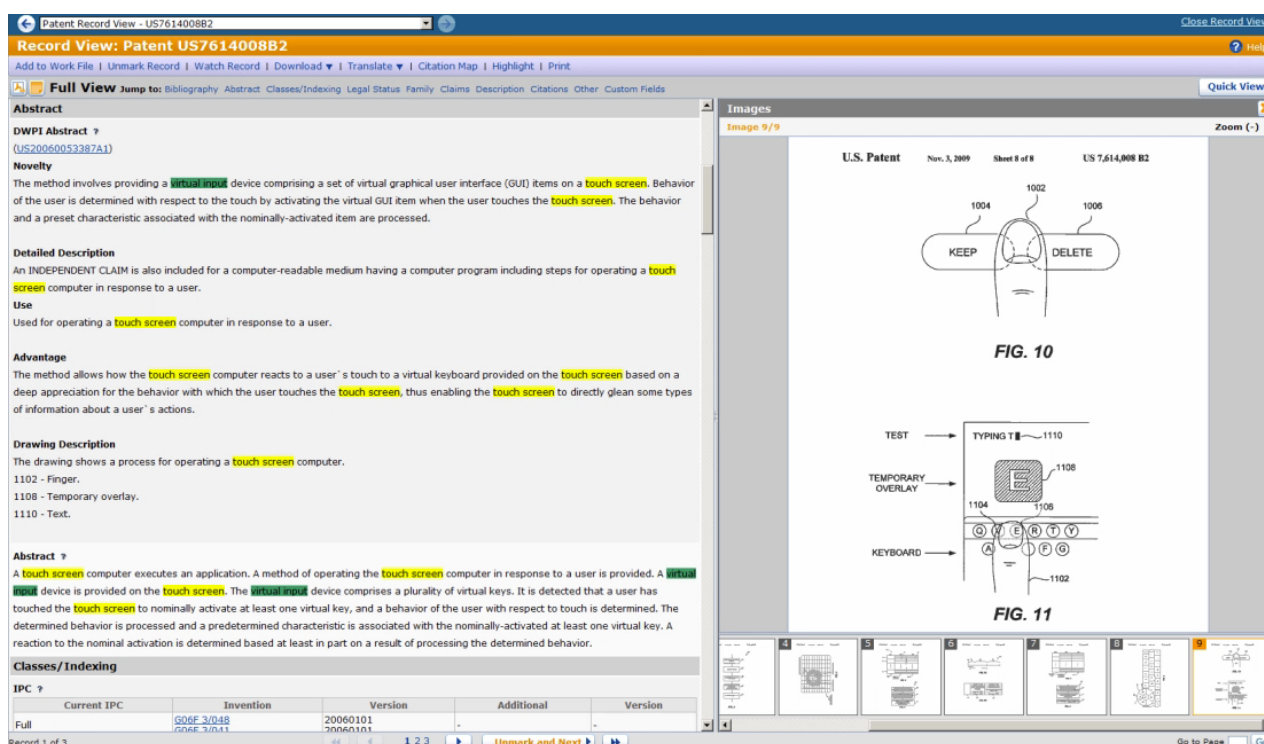
Vzhledem k nedostupnosti tohoto velmi drahého předního patentového informačního zdroje je jeho analýza provedena na základě volně dostupných informací prostřednictvím internetu, zejména pak z propagačních materiálů Thomson Reuters.

Záznam patentu v Derwent World Patents Index

Na obr. č. 15 lze vidět záznam patentu v DWPI. Jedná se o uživatelské rozhraní v databázi zpřístupněné přímo producentem. Na pravé straně rozhraní se nachází obrázek, který detailně popisuje technické řešení daného vynálezu. V horní části se potom nachází tyto záložky:

- bibliografické údaje,
- abstrakt,

- třídy/indexace,
- právní status,
- patentové rodiny,
- patentový úřad,
- popis,
- citace,
- další,
- kustomizovatelná pole.



Obr. č. 15 - záznam v patentu v DWPI [ThomsonReuters, 2015a]

V centrální části lze potom spatřit, že je otevřená záložka abstraktu, kde je k dispozici DWPI abstrakt, který je obohacen o novinky v dané oblasti, podrobný popis, použití, výhody a popis obrázku. V dolní části je potom k dispozici původní abstrakt.

V rámci dalších záložek jsou dostupné odpovídající příslušné informace, které jednoznačně prokazují nadstandardní popis a provázanost patentových informací. Z hlediska CI jsou jistě přínosné informace o patentové rodině ekvivalentů (záložka patentové rodiny), o právním statusu patentu, tedy ve kterých zemích a do kdy platí

patentová ochrana (záložka právní status), dále informace o citacích patentů (záložka citace) atd.

Zásadní přidanou hodnotou tohoto zdroje je, že každý záznam patentu je podroben zkušeným expertům společnosti Thomson Reuters a je jimi kontrolován a upravován. Například originální abstrakta jsou experty přepsány/upraveny a zpravidla vždy přeloženy do anglického jazyka. DWPI používá více klasifikačních systémů. Mimo mezinárodního patentového třídění (IPC), evropského třídění (ECLA) a národního třídění USA a Japonska lze využít i vlastní třídění Derwentu tzv. Derwent Classification a také podrobnějších kódů pro elektronickou oblast Derwent Manual Codes, který klasifikuje jednotlivé vědní oblasti, do kterých mohou patenty spadat (třemi základními třídami jsou chemie, inženýrství a elektronika a pod ně spadají další podtřídy)

Druhým kódovníkem je Derwent Assignee Codes (dále také DAC), který přiřazuje v současnosti jednoznačný 4 místný kód 21 000 společností. Tento kódovník je volně přístupný a lze v něm jednotlivé kódy vyhledat.⁵ Speciálně tento kódovník představuje pro činnosti CI ve farmaceutických firmách velmi užitečný nástroj, neboť názvy firem nejsou vždy standardizovány a často existují různé dceřiné společnosti spadající pod jednu mateřskou společnost. V této sféře také dochází velmi často k různým akvizicím a fúzím, a tím také často k různým změnám v názvech firem. V DWPI jsou tyto změny pečlivě sledovány a vždy individuálně řešeny. Například při sloučení firem Ciba a Sano v novou společnost Novartis, byly kódy Ciba a Sano zrušeny a byl vytvořen nový kód pro společnost Novartis. Oproti tomu v případě sloučení SmithKline Beecham, Bristol-Myers Squibb a Glaxo Wellcome byl jeden existující kód ponechán a vztažen na novou podobu firmy (Glaxosmithkline) a další kódy zrušeny. [Thomson Reuters, 2015b] DAC umožňuje zprehlednění a možnost vyznat se ve složitých vztazích mezi farmaceutickými firmami.

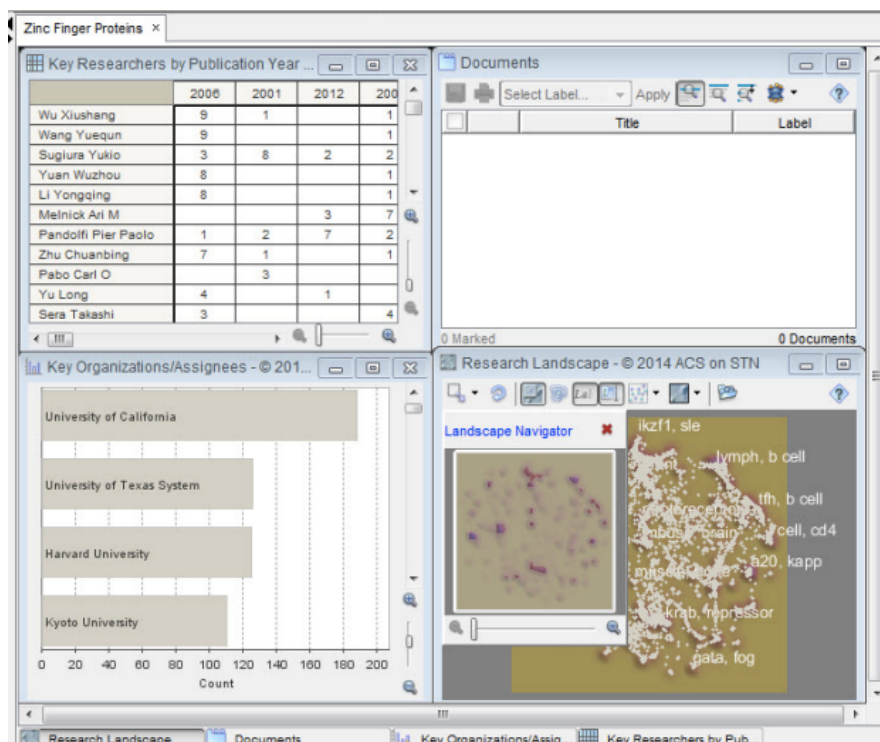
⁵ <http://science.thomsonreuters.com/cgi-bin/pclfd/discover.pl>.

Využití STN Anavist pro práci s výsledky vyhledávání v DWPI

Jak již bylo řečeno výše, přístup do DWPI lze získat také prostřednictvím databázových center např. STN International. Toto databázové centrum nabízí také velmi zajímavý software (z hlediska činností CI) pro analýzu a vizualizaci patentových informací, STN Anavist. Ten umožňuje:

- analyzovat patentové prostředí (kdo, co, kde, kdy a s kým),
- sledovat konkurenci (jakým směrem se konkurence ubírá, jaké má cíle),
- objevit nové přihlášky pro existující technologii,
- odhalit výzkumné trendy (zjistit zda je výzkumná oblast na vzestupu, klesající či stabilní),
- podpořit strategické plánování.

Jedná se tedy o velmi účinný nástroj pro činnosti CI, který si ale mohou dovolit jen velké firmy s patřičnými finančními možnostmi. Pro práci v STN Anavist je nutné nejprve provést vyhledávání ve standardním vyhledávacím prostředí STN International, tedy STN Express a poté výsledky importovat do STN Anavist (mezi databázemi, ze kterých lze výsledky importovat je právě DWPI, ale také CAPLUS, PCFULL, USPATFULL, USPAT2 a další). Poté lze s vybranými výsledky provádět nejrůznější operace. STN AnaVist nabízí pohledy na data z různých úhlů, a interaktivně spojuje různé pohledy. Výsledkem mohou být tzv. Key Organizations/Assignees chart, které zobrazí klíčové organizace v dané oblasti (viz obr. č. 16 vlevo dole). Lze vybrat dvě či více organizací a označit je kliknutím na ně a dále s nimi provádět různé komparativní operace. Dále může být výsledkem tzv. „research landscape“ (viz obr. č. 16 vpravo dole). Jedná se v podstatě o klastr, který zobrazuje jednotlivé výzkumné fronty reprezentované v uživateli vybraných výsledcích vyhledávání. Na obr. č. 16 vlevo nahoře lze vidět tzv. Key Researchers by Publication Year Trends, což představuje přehled publikační výkonnosti vědců v dané oblasti za jednotlivé roky. S výsledky vyhledávání lze v STN Anavist provádět mnoho různých operací, nicméně není předmětem této práce se tomuto nástroji podrobněji věnovat.



Obr. č. 16 - ukázka ze softwaru STN Anavist [CAS, 2015]

Zhodnocení

Patentová databáze DWPI bezesporu představuje přední informační zdroj v této oblasti. Její přidaná hodnota spočívá zejména v individuálním a pečlivém přístupu k jednotlivým záznamům a tím ve vysoce kvalitní indexaci a potažmo v relevantních výsledcích vyhledávání. Experti společnosti Thomson Reuters vkládají do každého záznamu vysokou přidanou hodnotu svým analytickým přístupem, který vede k větší míře detailnosti, přesnosti a standardizaci.

STN Anavist představuje velmi užitečný nástroj pro činnosti CI, který umožňuje nalézt vztahy a spojitosti mezi různými oblastmi zájmu. Jeho přidaná hodnota tedy spočívá ve vizualizačních a interaktivních nástrojích, které CI specialistům mohou značně ulehčit práci, a jimiž standardní patentové databáze nedisponují. Pochopitelně této přidané hodnotě odpovídá také cena, která je velmi vysoká, a tím pádem akceptovatelná pouze pro firmy, které si to mohou dovolit.

4.4 Informační zdroje komplexního charakteru

Tento typ informačních zdrojů představuje, jak již z názvu vyplývá, vysoce komplexní zdroje, které pokrývají téměř veškeré oblasti relevantní z hlediska činností CI ve farmaceutickém průmyslu. Obsahují detailní a provázané informace, často pocházející z více jednotlivých databází, především o farmaceutických firmách, jednotlivých terapeutických oblastech, patentové informace, prodejní data, novinky v dané oblasti apod. Mezi typické představitele patří:

- IMS Knowledge Link,
- MedTrack,
- EvaluatePharma,
- Cortellis.

V rámci další kapitoly bude podrobněji popsána databáze IMS Knowledge Link. Vzhledem k tomu, že k tomuto zdroji je velmi obtížné získat přístup a propagační materiály jsou velmi strohé, popis se opírá zejména o diplomovou práci Petry Rösslerové z roku 2012. V listopadu 2015 bylo ověřeno na www.imshealth.com/cz, že tento zdroj je stále v nabídce společnosti IMS Health.

4.4.1 IMS Knowledge Link

Základní informace

IMS Knowledge Link představuje pro farmaceutické firmy velmi kvalitní nástroj. Umožňuje jim přístup k široké škále informací potřebných pro účely ať už business intelligence, či competitive intelligence. Databáze má čtyři hlavní kategorie, jimiž jsou terapeutické oblasti, země, produkty a farmaceutické firmy. Producentem této komerční databáze je přední představitel informačního průmyslu v oblasti medicínských informací společnost IMS Health. Tato databáze zpřístupňuje na jednom místě informace z dalších mezinárodních zdrojů společnosti IMS Health a to konkrétně z:

- R&D Focus (část databáze IMS LifeCycle),
- Patent Focus (část databáze IMS LifeCycle),

- IMS World Review/IMS World Review Analyst,
- IMS Company Profiles,
- IMS Drug News,
- IMS Market Prognosis.

Jedná se tedy o databázi komplexního typu, která zpřístupňuje značné množství nejrozsáhlejších faktografických informací v jednom rozhraní. Co tedy svým uživatelům nabízí?

- Možnost sledovat vývoj více než 9 400 léků v pipelinech farmaceutických firem již od preklinické fáze až po 4. fázi postregistračního monitorování léku, včetně léků již registrovaných a fungujících na trhu.
 - Možnost analyzovat mezinárodní prodejní data a trendy k více než 2000 farmaceutických firem, 320 terapeutickým oblastem, 4 500 launchovaným výrobkům a 350 profilům zemí.
 - Možnost vzhledu do 120 velkých farmaceutických firem prostřednictvím rozhovorů s manažery, strategických analýz, hodnocení výzkumu a vývoje, produktů, finančních ukazatelů, fúzí a akvizic, předpovědí od předních farmaceutických analytiků apod.
 - Možnost sledovat stav patentové ochrany více jak 1 800 molekul a v 9 hlavních zemích, dále také předpovídat potenciální dopady uplynutí jejich patentové ochrany.
 - Možnost přístupu k denně aktualizovaným aktuálním zprávám z farmaceutického průmyslu prostřednictvím Reuters Health a také možnost sledovat recenzované novinky z oblasti výzkumu a vývoje na týdenní bázi.
- [Rösslerová, 2012]

Práce se systémem

Přístup do systému je placený a realizuje se přes zákaznický portál IMS Customer Portal⁶. Po přihlášení do systému se uživatel dostane přes záložku „*My Products*“ k seznamu předplacených databází, ze kterého si vybere požadované databáze. Poté uživatel vstoupí do rozhraní zvoleného produktu. Ve centrální části se nachází

⁶ <https://customerportal.imshealth.com/portal/site/imsportal>.

jednoduché vyhledávání, které se sestává ze čtyř sekcí a u každé z nich je vyhledávací řádek. Lze tedy vyhledávat v sekcích: firmy, terapeutické oblasti, produkty či země.

Po vybrání příslušné sekce a zapsání klíčového slova do vyhledávacího řádku se uživateli nabídne našeptávač. Lze tedy s jeho pomocí vybrat předdefinované slovo. Po vybrání/zadání slova a kliknutí na ikonku „find“ systém provede vyhledávání v příslušné sekci. Poté se zobrazí podrobný záznam v charakteru závislém na použité sekci.

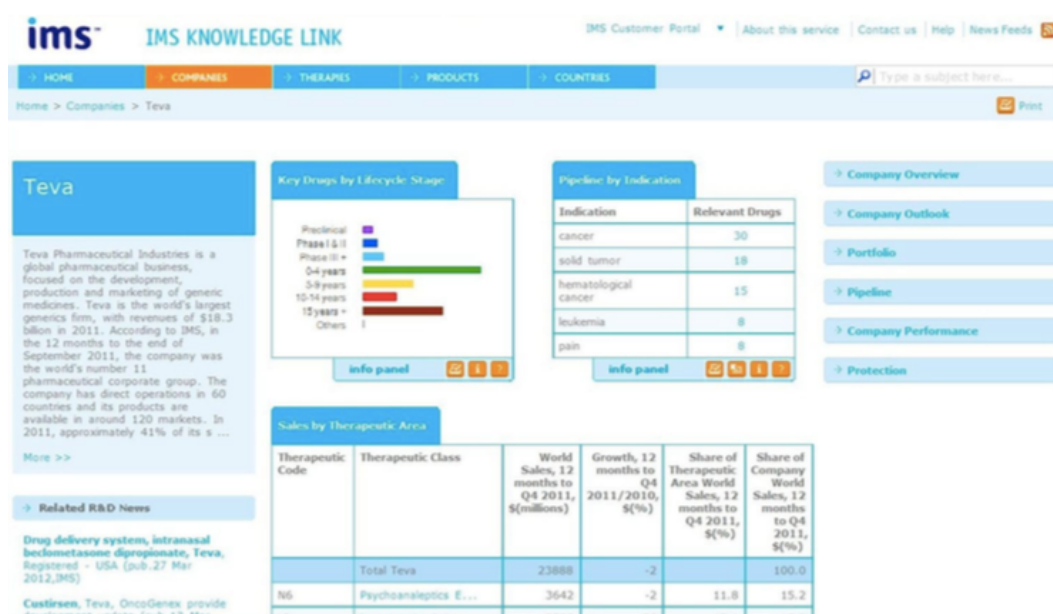
Pokročilé vyhledávání se liší od jednoduchého tak, že mimo vyhledávací řádek je k dispozici ještě samostatné okno pro našeptávač. Výjimkou je sekce terapeutických oblastí, kde je místo okna pro našeptávač, okno s nabídkou jednotlivých kódů ATC klasifikace. Pod těmito okny je navíc uvedena tabulka s ekonomickými a statistickými údaji pro top entity (v rámci dané sekce), tedy například v sekci farmaceutické firmy ukazuje tabulka údaje o předpovědích růstu top farmaceutických firem apod.). Dále je možné v dané sekci v tomto režimu získat další zprávy (sloupec „More reports“, kde se nachází reporty jako Fastest growing companies apod.).

Z úvodní strany systému je nepřehlédnutelné velké množství oken s RSS kanály, která jsou zaměřena na určité farmaceutické oblasti (např. Recent Key R&D Developments, Recent Phase Changes, Regulatory News apod.). Nastavení požadovaných RSS kanálů s možností zasílání RSS zpráv lze provést přes odkaz „News Feed“ v pravé horní části rozhraní. [Rösslerová, 2012]

Sekce farmaceutické firmy

Jak již bylo uvedeno výše, vyhledávání v této databázi lze provést ve čtyřech tématických sekcích. První z nich je sekce farmaceutických firem. Samotné vyhledávání již bylo popsáno výše. Nyní se dostáváme k výsledkům vyhledávání, tedy jaké informace lze v této sekci nalézt. Obsahem této sekce jsou profily jednotlivých farmaceutických firem. Podoba takového profilu, konkrétně firmy Teva, je na obr. č. 17. Je zde vidět, že profil obsahuje spoustu různých a různě členěných informací. Nalevo je k dispozici tabulka s názvem firmy a její krátkou charakteristikou, která po rozkliknutí zobrazí podrobnější charakteristiku firmy. Ve střední části se nachází tabulky a grafy s údaji o vývoji léčiv dle fáze vývoje, o počtech molekul v pipeline firmy dle indikací nebo údaje o prodeji léčiv dané firmy. Dále se zde nachází odkazy na další specifické informace týkající

se charakteristiky farmaceutické firmy (struktura, finanční kondice, historie, počty zaměstnanců, předpovědi budoucího rozvoje firmy, strategické záměry, komentáře analytiků). V neposlední řadě odkazy také přinášejí informace o stavu pipeline dané firmy. Jsou zde také k dispozici i analýzy porovnávající výkon produktů firmy s její konkurencí (odkaz Pipeline). Přes tento odkaz se uživatel dostane k tabulce s údaji o počtu molekul dle jednotlivých fází klinického testování. S údaji lze pak dále pracovat, rozkliknout je a zobrazí se tak další tabulka již s názvy konkrétních molekul v dané fázi klinického testování a podrobnějšími informacemi o nich. [Rösslerová, 2012]



Obr. č. 17 - profil farmaceutické firmy Teva v IMS Knowledge Link v sekci firmy [Rösslerová, 2012]

Sekce terapeutických oblastí

V této sekci lze vyhledávat informace o tom, kdo je hybatelem růstu v určité terapeutické oblasti, které produkty jsou hlavními hráči na trhu (dle prodejnosti či dle pipeline) apod. Vyhledávání zde nabízí trochu jiné možnosti než v ostatních sekcích. Lze zde vyhledávat dle Anatomicko- terapeuticko-chemické klasifikace léčiv (ATC klasifikace), která vyžaduje jistý stupeň odborných znalostí. Pokud chce uživatel vyhledat informace o určitém léku (prodejnost, indikace apod.), musí být schopen zařadit lék do správné terapeutické skupiny (např. analgetika, psycholeptika apod.).

Pro uživatele laika, který nedisponuje těmito odbornými schopnostmi, se vyhledávání v této sekci může stát obtížným.

Poslední variantou vyhledávání v této sekci je tzv. prohlédávání (browsing), kdy uživatel prochází jednotlivé ATC kódy od 1. úrovně až po 3. úroveň a to prostřednictvím tabulky, která se nachází pod vyhledávacím polem. Uživatel si zde může přečíst i slovní vyjádření daných kódů a navíc po rozkliknutí jsou zde dostupná i data prodejců léků pro určitou terapeutickou oblast náležící pod určitý ATC kód. K seznamu konkrétních molekul v pipelinech daných společností (dle terapeutických oblastí) se uživatel dostane až po rozkliknutí tříúrovňových ATC kódů. Uživatel se takto dostane k seznamu molekul, kde jsou dle terapeutických oblastí uvedeny pohromadě dané molekuly. [Rösslerová, 2012].

Sekce produktů

V této sekci je k dispozici vyhledávání o farmaceutických produktech, které jsou naprosto stěžejním bodem v celém farmaceutickém průmyslu. Lze zde nalézt informace o pipeline a výzkumu a vývoji k více než 8 600 produktům v aktivním vývoji, patentové informace o více než 1 800 molekulách, prodejní údaje pro 15 top produktů ve více než 300 terapeutických oblastech a 38 zemí, profily o farmaceutických produktech a další.

Vyhledávání probíhá standardně prostřednictvím jednoho vyhledávacího pole, do kterého uživatel zadá název požadovaného produktu nebo název účinné látky. Pod vyhledávacím polem se nachází opět našeptávač, který zobrazuje nabídku termínů pro účinnou látku, která se nachází v databázi. Pod vyhledávacím polem a našeptávačem je k dispozici tabulka s vedoucími produkty na trhu (tzv. blockbusters).

Po provedení vyhledávání se uživateli zobrazí profil daného produktu s mnoha podrobnými informacemi a odkazy (viz. obr. č. 18). Podoba profilu produktu se podobá profilu firmy.

GLATIRAMER ACETATE

COPAXONE

COPAXONE (glatiramer acetate), a daily, parenteral, self-administered, copolymer-1 product indicated in the treatment of relapsing-remitting multiple sclerosis (RRMS), represents a new class of immunomodulators. It is a synthetic myelin basic protein analogue, and although its mode of action is unclear it is thought to involve inhibition of lymphocytic migration. It was first launched in Israel in 1996 and by 2009 had been approved in 52 countries worldwide. A pre-filled syringe formulation of C ...

More >>

Drug Summary

Therapeutic Class	Immunostimulating Agents Excluding Interferons ; All Other CNS Drugs
Indication	amyotrophic lateral sclerosis ; multiple sclerosis ; neurodegeneration
Key Marketing Company(s)	Teva
Highest Development Stage	Marketed
Related Research Program	1

info panel

Related R&D by Indication

L3A

Indication	Relevant Drugs
cancer	207
solid tumor	149
genitourinary cancer	55
gastrointestinal cancer	40
skin cancer	31

info panel

Related R&D News

Glatiramer acetate, Teva provides update on development (pub.07 Jun 2011,IMS)

Glatiramer acetate, Teva Complete Response letter, USA (lower volume formulation) (pub.04 Jan 2011,IMS)

Glatiramer acetate, Clinical data - USA, lower-volume injection formulation (pub.10 Jun 2010,IMS)

Top Products in the same Therapeutic Area

L3A

Product Name/Country	World Sales, 12 months to Q4 2011, \$(millions)	Share of Therapeutic Area World Sales, 12 months to Q4 2011, \$(%)	Growth, 12 months to Q4 2011/2010, \$(%)	Growth, 12 months to Q4 2011/2010, Fixed Rate \$(%)
Total Immunostimulating Agents Excluding Interferons	11888	100.0	15	13

Competitive Environment

→ Sales

→ Launches

→ Protection

→ R&D: glatiramer acetate (Marketed)

Commercial Overview »

Brand and Generic Names »

Chemical and Lab Names »

Franchise by Country »

Licensing/Partnering »

Drug Summary »

Development Stage by Country »

Regulatory Progress »

R&D Progress by Indication »

Company Predictions »

Analyst Predictions »

Obr. č. 18 - profil léku Copaxone, resp.účinné látky glatiramer acetát, v databázi IMS Knowledge Link [Rösslerová, 2012]

Na levé straně se nachází název léku a jeho účinné látky a pod tím podrobnější charakteristika, kterou lze ještě dále rozkliknout a zobrazit tak úplný popis léku. V centrální části se nachází tabulky se souhrnným popisem léku, se souvisejícími léčivými přípravky dle ATC kódů pro jednotlivé terapeutické oblasti a také tabulka s prodeji jednotlivých produktů ve stejné terapeutické oblasti. Na pravé straně rozhraní je k dispozici mnoho odkazů na nejrozličnější doplňkové faktografické informace o léčivých přípravcích, zejména o konkurenci a jejich prodeji, informace o uvedení podobných léčivých přípravků na trh, informace o patentech, informace o originálních léčivech a jejich generických ekvivalentech, chemické názvy molekul, fáze vývoje molekuly v jednotlivých zemích a jejich registrační procesy, předpovědi vývoje firem, které vyvíjí/vyrábí daný produkt apod. [Rösslerová, 2012].

Sekce zemí

V této sekci lze vyhledávat informace ohledně farmaceutického průmyslu v jednotlivých zemích. V této databázi je přítomno 51 profilů zemí světa. Profily jsou různě podrobné a to zejména v závislosti na tom, jak významný podíl má farmaceutický průmysl na celkovém objemu národního hospodářství. Vyhledávací rozhraní je obdobné jako u předchozích sekcí. Tedy jedno vyhledávací pole

a našeptávač. Po provedení vyhledávání se dostáváme k profilu dané země (viz obr. č. 19). V centrální části jsou stejně jako u předešlých sekcí k dispozici tabulky. První tabulka zobrazuje informace o prodejích v jednotlivých letech a dále je zde tabulka s údaji o dominanci jednotlivých terapeutických oblastí v dané zemi. V pravé části rozhraní jsou již standardně odkazy na další dostupné informace. Mezi tyto informace patří např. informace o vedoucích farmaceutických firmách, produktech, terapeutických oblastech v dané zemi, předpovědi vývoje trhu v dané zemi, údaje o prodejích jednotlivých léků apod. [Rösslerová, 2012]

ims™ IMS KNOWLEDGE LINK IMS Customer Portal | About this service | Contact us | Help | News Feeds

→ HOME → COMPANIES → THERAPIES → PRODUCTS → **COUNTRIES**

Home > Countries > Czech Republic

Czech Republic

→ Pricing & Reimbursement News
You do not subscribe to this service

Sales By Year

	12 months to Q4 2007	12 months to Q4 2008	12 months to Q4 2009	12 months to Q4 2010	12 months to Q4 2011
Country Sales, \$(millions)	2184	2698	2643	2620	2915
Growth, \$(%)	25	24	-2	-1	11
Growth, Fixed Rate \$(%)	11	4	10	0	3

info panel

Leading Therapy Classes (3rd Level) in Czech Republic

Therapeutic Code	Therapeutic Class	Country Sales, 12 months to Q4 2011, \$(millions)	Growth, 12 months to Q4 2011/2010, \$(%)	Growth, 12 months to Q4 2011/2010, Fixed Rate \$(%)
	Total Czech Republic	2915	11	3
L1X	All Other Antineopla...	203	23	14
L4B	Anti-TNF Products	114	20	11
C10A	Cholesterol And Trig...	114	12	4
A10C	Human Insulins And A...	82	9	1
G3A	Hormonal Contracepti...	75	4	-4
N5A	Antipsychotics	71	17	8
N6A	Anti-depressants And...	64	4	-4
R3F	Combinations Of B2-s...	60	17	7
N3A	Anti-epileptics	57	17	8

→ Market Forecasts
→ Market Performance
→ Company Performance

IMS Market Prognosis Reports

Market forecasts reports are now available via the IMS Market Prognosis reports. Our records show that you do not subscribe to this information. Please contact service@imshealth.com for further information.

Obr. č. 19 - profil České republiky v databázi IMS Knowledge Link [Rösslerová, 2012]

Zhodnocení

IMS Knowledge Link představuje komerční, vysoce komplexní informační zdroj mj. pro farmaceutický průmysl. Na databázi je nutné ocenit její vysokou míru komplexnosti, tedy na jednom místě lze získat nejrozličnější informace, které bychom jinak museli hledat v několika jednotlivých zdrojích. Z uživatelského rozhraní je zřejmá snaha o intuitivnost a přehlednost. Petra Rösslerová [2012] ve své diplomové práci ovšem uvádí, že soubory dat, které se vyskytují v oněch 4 sekcích,

nejdou pro kařkou sekci odlišné, ale ře se jedná o tatř data a informace jsou akorát jinak uspořádan. Databáze tedy míře díky rozdělení do oněch sekcí působit robustním dojmem, ovřem po blřřím prozkoumání uřivatel zjistí, ře data a informace se řasto v jednotlivř sekcích pekrvj a opakují. J osobn bych toto neviděla jako nřakou zásadní nevřhodu, přijde mi zřejm, ře nřter údaje se mohou opakovat, např. pokud si vyhledám profil nřakho lřivho přpravku s podrobnřřmi informacemi, je pochopiteln, ře tyto stejn informace naleznu i pokud si vyhledám profil firmy, která dan lřiv přpravek vyrábí.

Hlavní devízou IMS Knowledge Link je tedy bezesporu její komplexnost, řirok pokryt a do jisté míry také renomé jejího producenta IMS Health.

4.5 Informační zdroje vdeckř informací

Také tradiční databáze vdeckř informací mohou skýtat informace uřitečné pro účely competitive intelligence. Tyto databáze zpřístupnj nejrřznřř dokumenty (řlanky, studie, konferenční materiály, monografie atd.), které pokrvj nejnovřř vdeck poznání v danř oblastech. Obvykle se jedná o databáze bibliografick přp. faktografick. Jejich přstřednictvm se lze dozvědět informace o vyvjenř lřivech, o trendech na daném trhu, o epidemiologii, o farmakovigilanci ři o klinickř zkouřkch. Mezi přstavitel třchto databází patří např.:

- Embase,
- Medline,
- Micromedex,
- Derwent Drug File,
- International Pharmaceutical Abstracts.

V rámci nřledujcř podkapitol bude zkladn analyzována a popsána databáze Medline v systému PubMed.

4.5.1 Medline/PubMed

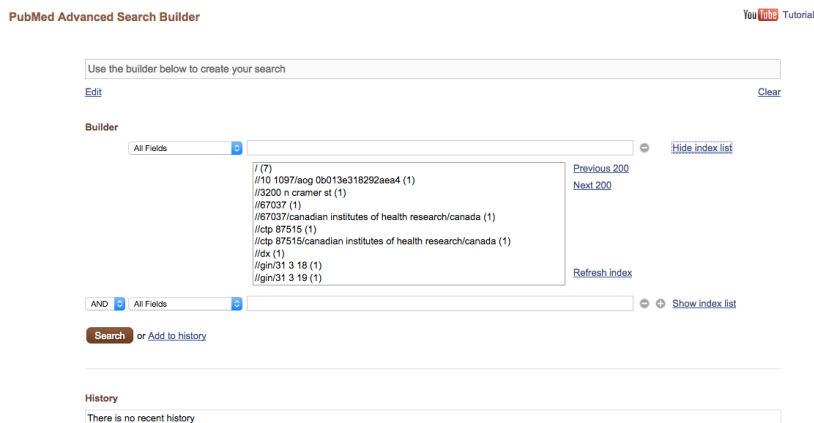
Základní informace

Medline (Medical Literature Analysis and Retrieval System Online) je přední bibliografická databáze, jejímž producentem je Národní lékařská knihovna USA. Vznik databáze Medline se datuje k roku 1960 a obsahuje více než 21 milionů záznamů článků z odborných časopisů, které jsou zaměřeny na oblast biomedicíny, chemie, vědy o životě, biologického inženýrství či behaviorálních věd. V současné době excerpuje články z více než 5 600 odborných časopisů v cca 40 světových jazycích. Přístup k databázi je možné získat prostřednictvím databázových center např. Ovid, ProQuest Dialog a nebo prostřednictvím systému PubMed.

Systém PubMed je v provozu od roku 1996 a byl vyvinut Národním centrem biotechnických informací (NCBI) na půdě Národní lékařské knihovny USA. PubMed poskytuje volný přístup k bibliografické databázi Medline, přičemž některé citace zde mají k dispozici odkaz na plné texty článků uložené v digitálním archivu PubMed Central či na webových stránkách vydavatelů. V PubMedu je také přítomen známý tezaurus MeSH, který je tvořen rovněž Národní lékařskou knihovnou USA. [Kebza 2015]

Práce se systémem PubMed

Vyhledávání lze realizovat prostřednictvím vyhledávacího formuláře, ale také lze využít nástroje, jež nabízí možnost procházení indexu (při jednorázovém zobrazení 200 vzájemně navazujících položek) viz obr. č. 20. [Kebza, 2015]



Obr. č. 20 - vyhledávací rozhraní systému PubMed [PubMed, 2015]

Lze pochopitelně také vyhledávat pomocí využití selekčních údajů (složení dotazu z více termínů). Mezi selekční údaje patří autor (jeho celé jméno, identifikátor, název korporace), datum (tvorby záznamu, publikace, propojení s MeSH, modifikace a další), klasifikační číslo pro enzymy, editor, filtr, číslo grantu, ISBN, název časopisu, jazyk, ID lokality, farmakologický účinek, vydavatel, typ publikace, název dokumentu a další. Ve spodní části rozhraní je potom k dispozici přehled historie provedených vyhledávání.

Po provedení vyhledávání se uživateli zobrazí seznam vyhledaných záznamů, které je možné dále filtrovat dle typu článku, dostupnosti textu, data publikování dokumentu, obsahového zaměření, jazyka atd. Vyhledané záznamy lze řadit dle relevance, názvu dokumentu a časopisu, data přidání do databáze, data publikování a jména autora.

Po vybrání a rozkliknutí určitého záznamu jsou uživateli k dispozici standardní bibliografické údaje (název zdrojového dokumentu, autor/autoři, abstrakt, rok vydání, číslo vydání, identifikátor DOI, klíčová slova apod.). Na pravé straně rozhraní systém uživateli nabídne tematicky podobné články. Registrovaný uživatel si také může záznamy ukládat a spravovat je.

Zhodnocení

Databáze Medline je představitelem bibliografické databáze vědeckých informací. Na obr. č. 21 je uveden příklad záznamu, který by mohl být relevantní pro účely CI farmaceutických firem. Jedná se o článek pojednávající o epidemiologii rakoviny děložního čípku v latinské Americe, který může potenciálně poskytnout přínosné informace pro firmy operující na latinskoamerickém trhu v této terapeutické oblasti.

The screenshot displays a PubMed record for the article "Epidemiology of cervical cancer in Latin America" by Capote Negrin LG. The record includes the journal name "Eccancermedicalscience", the date "2015 Oct 8;9:577", the DOI "10.3332/eccancer.2015.577", and the eCollection year "2015". The abstract describes the descriptive epidemiology of cervical cancer in Latin America from 2000 to 2012, noting a decrease in incidence and mortality rates. It also mentions the GLOBOCAN data and the impact of the human papillomavirus (HPV) vaccine. The keywords listed are "Latin America; cervical cancer; human papillomavirus (HPV)". The PMID is 26557875. On the right side, there are options to "Save items" and "Add to Favorites", along with a section for "Similar articles" which includes links to related research on cervical cancer mortality and HPV vaccine impact.

Obr. č. 21 - vybraný záznam z databáze Medline/PubMed s potenciálním vztahem k CI - *Epidemiology of cervical cancer in Latin America [PubMed, 2015]*

5. Průzkum o stavu competitive intelligence ve farmaceutickém průmyslu

V rámci této diplomové práce proběhl průzkum mezi farmaceutickými firmami o stavu competitive intelligence. Vzhledem k citlivosti tohoto tématu pro farmaceutické firmy se nepodařilo dosáhnout kvantitativně významného zapojení firem, tudíž tento průzkum představuje pouze určitou dílčí sondu do této oblasti.

5.1 Cíl

Cílem tohoto průzkumu je zjistit, zdali a jak jsou ve farmaceutických firmách ukotveny a pokryty činnosti CI. Cílem není zjišťovat citlivé informace, nýbrž spíše zjistit v obecné rovině stav činností CI ve farmaceutických firmách.

5.2 Použité metody

Pro realizaci průzkumu byla použita metoda **dotazníkového šetření a polostrukturovaného rozhovoru**. Jedná se o smíšený výzkum, tedy kombinaci kvantitativních a kvalitativních metod. Hendl [2005, s. 62] tvrdí, že je vhodné kombinovat kvantitativní a kvalitativní výzkumné metody, neboť takto vzniklá kombinace dat a výsledků profituje z komplementarity jednotlivých přístupů.

V praxi to znamenalo, že otázky, které byly respondenty v dotazníku nedostatečně zodpovězeny či nejasnosti, které vyvstaly při tvorbě dotazníku, potažmo při psaní celé práce, byly poté podrobněji probrány a objasněny v rámci polostrukturovaného rozhovoru. Dotazník se sestával pouze ze 6 otevřených, polootevřených i uzavřených otázek, jež byly spíše obecného charakteru. Nebylo cílem získat nějaké senzitivní či podrobné informace o daných firmách, nýbrž zjistit přístup farmaceutických firem k CI. Dotazník v podobě, ve které byl distribuován respondentům, se nachází v Příloze č.2. Polostrukturovaný rozhovor se sestával z okruhů, které pokrývaly otázky z dotazníku a také další doplňující okruhy. Nespornou výhodou polostrukturovaného rozhovoru byla možnost doptat se na případné nejasnosti či detaily.

5.3 Dotazníkové šetření

Byla stanovena pouze jedna základní hypotéza, z níž vychází celý dotazník.

Hypotéza zní: Farmaceutické firmy provozují činnosti competitive intelligence považují je za strategicky významné.

5.3.1 Průběh dotazníkového šetření

Dotazníkové šetření probíhalo od 22.10.2015, kdy byly dotazníky osobně doručeny sedmi vybraným významným farmaceutickým firmám v Praze. Ostatní farmaceutické firmy byly osloveny prostřednictvím emailu či kontaktního formuláře na jejich webových stránkách. Nejprve (26.10.2015) byly osloveny farmaceutické firmy z České republiky, a to jak pobočky nadnárodních firem, tak i firmy původem české (s centrálou v ČR). V dalším týdnu od 2.11.2015 byly kontaktovány firmy sídlící mimo Českou republiku (i centrály nadnárodních firem s pobočkami v ČR, ale také firmy bez pobočky v ČR). Dohromady bylo osloveno 185 firem z celého světa. Dotazník byl vyhotoven ve dvou jazykových verzích (české a anglické), přičemž anglická verze byla vždy k dispozici i českým farmaceutickým firmám. Dotazník byl vytvořen v Google Forms, přičemž odkaz na něj byl uveden v průvodním textu emailu. Pro jistotu však byl (bylo-li to možné) dotazník distribuován také ve word a pdf formátu. V průvodním dopise byla přislíbena striktní anonymita průzkumu, z tohoto důvodu nebyla ve webové verzi Google dotazníku žádná identifikační otázka, pouze poslední otázka směřovala na zjištění velikosti firmy pro účely zpřesnění případných závěrů. Průzkum byl ukončen dne 13.11.2015.

5.3.2 Obsah a výsledky dotazníkového šetření

Jak bylo řečeno výše, osloveno bylo celkově 185 firem, přičemž dotazník vyplnilo celkem 9 firem. Z toho 6 firem v anglickém jazyce a 3 v českém jazyce. Z mých sedmi osobních pochůzek vybraných farmaceutických firem jsem se setkala celkem třikrát s velmi agilním přístupem a opravdovou snahou dotazník doručit kompetentním osobám, což může značit určitou snahu o otevřenost firmy veřejnosti. Ovšem nelze z toho činit podložené závěry, neboť se to může odvíjet i od individuálních osobnostních rysů lidí, se kterými jsem přišla do styku (recepční). Dalších 6 firem

odepsalo emailem, že dotazník bohužel vyplnit nemohou (viz obr. č. 22). Důvod buď neudaly, a nebo se jednalo o důvody ochrany interních informací.

Hello,
We thank you for having contacted our company with your request.
It is company policy to not divulge any information which is not already available to the general public through traditional channels (press, web, etc.).
Therefore, we will not be able to take into consideration your questionnaire.
Once again, thank you for your interest in our company and best regards.

Dear Pavla:

Thank you for emailing [redacted]. We regret to inform you that we cannot accommodate your request. As a general rule, we decline interview requests as [redacted] employees value privacy and confidentiality of our operations. You may, however, visit www.amlab.com.ph and gather the data from our corporate site. We hope you understand. Nevertheless, we wish you luck on your research.

For more information about our products and services, please visit our website www.amlab.com.ph. You may also check out our social media accounts like Facebook, Twitter and Instagram.

Have a nice day!

Vážená slečno Hubálková,

Děkujeme vám za váš dotaz a zaslaný dotazník. Bohužel, požadované informace vám nemůžeme poskytnout. S přátelským pozdravem,

Obr. č. 22 - příklad emailů vyjadřujících nemožnost zúčastnit se průzkumu

Další skupinou emailových reakcí byly emaily informující o postoupení dotazníku příslušnému oddělení (viz obr. č. 23). Sešlo se jich 5. Bohužel však nemohu vyhodnotit, zdali tyto firmy nakonec dotazník vyplnily, neboť jsem v dotazníku chtěla zachovat atmosféru anonymity, a proto jsem nepožadovala žádné identifikační údaje.

Thank you for your email and your interest in [redacted].
Your information will be forwarded to the relevant department.
Kind regards

Hi Pavla,

Thanks for elaborating. I forwarded your request to my colleagues at Business Intelligence. They will get back to you if they can find the time to participate in your research.

Kind regards,

Obr. č. 23 - příklad emailů informujících o postoupení dotazníku příslušnému oddělení

A nyní se dostáváme již k samotnému vyhodnocení jednotlivých otázek dotazníkového šetření. Vyhodnocení anglické i české verze je provedeno dohromady, neboť nelze zaručit, že anglické dotazníky byly vyplněny pouze zahraničními firmami. Dokonce při jednom osobním předání dotazníku v české farmaceutické firmě mně bylo sděleno, že mají pracovníka zabývajícího se pouze CI, ale že se jedná o cizince, nemluvícího česky, a byla tedy distribuována anglická verze dotazníku.

Otázka č. 1: Považujete competitive intelligence za strategickou činnost pro vaši firmu? Do you consider competitive intelligence as strategic activity for you company?

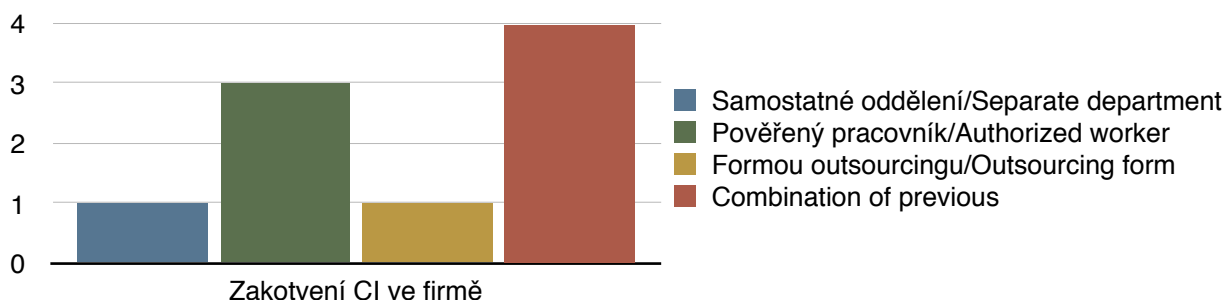
V této otázce došlo ke 100% shodě mezi všemi respondenty. Všichni považují CI za strategickou činnost pro svou firmu.

Otázka č. 2: Provozujete ve vaší firmě činnosti tzv. competitive intelligence? Do you put competitive intelligence in practise at your company?

U této otázky opět nastala shoda mezi všemi respondenty, tedy všichni přiznávají, že činnosti CI provozují.

Otázka č. 3: Jakým způsobem je ve vaší firmě competitive intelligence zakotveno? If you put CI in practise at your company, how is CI enshrined at your company?

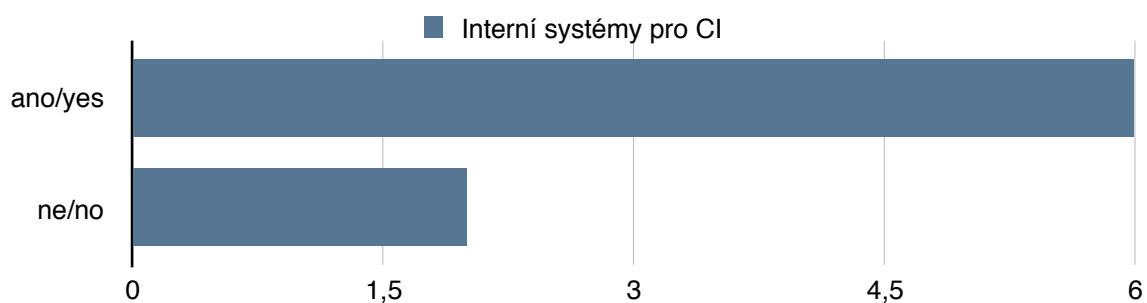
V této otázce byly zastoupeny odpovědi ze všech 4 možností. Nejvíce respondentů (4) uvedlo, že je u nich CI provozováno kombinací předešlých možností, tedy formou outsourcingu, pověřeného pracovníka a samostatného oddělení. Hned na druhém místě se umístila možnost pověřený pracovník (3 respondenti) a poslední dvě možnosti (forma outsourcingu, samostatné oddělení) byly označeny každá jedním respondentem. Lze tedy usuzovat, že CI bývá zakotveno velmi různorodě.



Graf 1 - zakotvení CI ve firmě

Otázka č. 4. Používáte interní systém pro competitive intelligence? Do you use some internal system CI (for example database like intranet, company's portal or any other similar tools)

U této otázky je poměrně jednoznačná převaha odpovědí ano/yes, kterou zvolilo 6 respondentů. Další 2 respondenti zvolili ne/no a 1 respondent tuto otázku nezodpověděl. Vzhledem k tomu, že tato otázka byla otevřená, tak respondenti mohli popsat interní systém sdílení CI informací podrobněji, což učinili 3 respondenti.



Graf 2 - interní systémy pro CI

1. respondent uvedl : Ano, používáme mnoho interních zdrojů jako intranet, firemní portál, ..., ale také používáme mnoho externích zdrojů (až 600), které jsou přímo navázány na CI platformu [originální znění: „Yes, we use many internal sources like Intranet, Company's Portal, ... but we also use many external sources (up to 600) which are directly linked to a CI platform.“]
2. respondent uvedl: Intranet pro sběr a distribuci dat v rámci organizace. [originální znění: „Elaborate intranet to collect and distribute data within the organisation.“]
3. respondent uvedl: Informace jsou sdíleny prostřednictvím emailu, newsletterů a intranetu [originální znění: „Information is shared through email newsletters and intranet.“]

Z výše uvedených odpovědí na tuto otázku vyplývá, že s velkou pravděpodobností interní systémy pro sdílení CI informací napříč firmou existují a patrně je většina firem má a využívá. I přes to se našli 2 respondenti, kteří uvedli, že žádný interní systém pro CI ve firmě nemají. Tito dva respondenti dále uvedli, že jejich firma má méně než 30 zaměstnanců. Z čehož lze tedy usuzovat, že v menších firmách s menším počtem zaměstnanců nebývá interní systém pro sdílení informací o CI přítomen a pravděpodobně si vystačí s jinými kanály či prostředky.

Otázka č. 5: Mohli byste prosím uvést nějaké otevřené informační zdroje, které používáte pro činnosti competitive intelligence? Could you please mention some open information sources which you are using?

Tato otázka byla otevřená a každý respondent na ni pochopitelně odpověděl jinak, budou zde tedy uvedeny odpovědi jednotlivých respondentů.

Respondent č.	Odpověď
1	Příklady externích zdrojů: Thomson Reuters, Medline, Embase, Pharmaprojects, Datamonitor, GBI Research, GlobalData, Ims Portal, ...
2	Medline, Google Scholar, Free Patents online etc.
3	GlobalData Pharma eTrack, Firstword pharma, clinicaltrials.gov
4	Medline, Datamonitor, Derwent applications, Espacenet,....
5	Nejvíce internetové vyhledávání a obchodní publikace (např. Fierce Biotech)
6	respondent tuto otázku nevyplnil
7	databáze SÚKL, swod, EU Clinical Trials
8	Embase
9	respondent tuto otázku nevyplnil

Tabulka č. 1 - informační zdroje používané respondenty

Na základě těchto informací lze říct, že 7 respondentů tj. 78% otázku zodpovědělo a 2 respondenti tj. 22% otázku nezodpověděli.

Tuto otázku považuji z celého průzkumu za jednu z nejpřínosnějších, neboť se v ní respondenti poměrně rozepsali a přinesla tak poměrně dost informací. Každou z otázek lze samozřejmě vztáhnout ke kterékoliv další otázce a pokusit se tak potvrdit či vyvrátit nějaký vztah mezi určitými proměnnými. U této otázky se dle mého názoru nabízí konfrontovat ji s otázkou, která byla umístěna úplně na konci a která se ptala na velikost firmy.

Z průniku těchto dvou otázek vyplývá, že firmy, které mají méně než 30 zaměstnanců, využívají spíše volně dostupné zdroje nekomerčního charakteru a firmy větší velikosti pochopitelně využívají více zdroje dražší, tedy komerční. Z výše uvedených respondentů spadá do skupiny méně než 30 zaměstnanců respondent č. 2, 5 a 8. respondent, ostatní spadají do skupiny 101 a více zaměstnanců. Respondent č. 2 uvádí jako jediný placený zdroj Medline a jinak uvádí volně dostupný Google Scholar a Free Patents online. Respondent č. 5 potom uvádí, že využívá internetové vyhledávače a jako příklad konkrétního zdroje uvádí Fierce Biotech, což je volně dostupný zdroj, který poskytuje formou newsletterů a článků informace z oblasti biotechnologického a farmaceutického průmyslu (např. klinické zkoušky, rozhodnutí FDA, výzkum a vývoj léčiv, novinky týkající se jednotlivých firem, ekonomické informace apod.). A konečně respondent č. 8 uvedl pouze jeden jediný zdroj, a to bibliografickou databázi Embase.

V odpovědích firem větší velikosti (101 a více zaměstnanců) se vyskytují známé komerční informační zdroje např. Datamonitor, Pharmaprojects, Global Data apod. viz tabulka č.1. Z obdržených odpovědí si lze povšimnout, že spektrum uváděných informačních zdrojů je poměrně široké. Jsou zde zahrnuty zdroje volně dostupné i placené. S potěšením mohu konstatovat, že se zde vyskytují zastupitelé všech skupin informačních zdrojů uvedených v kapitole 3.5.

Otazka č.6: Pokud byste se chtěli k danému tématu více vyjádřit, zde je možnost. If you would like to express something more to this topic, here is a possibility.

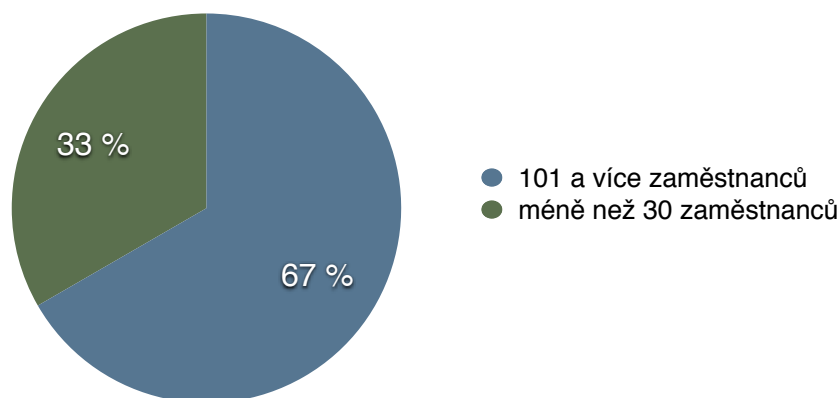
Tuto poslední otevřenou otázku vyplnil pouze jeden respondent. Znění jeho odpovědi je následující: Absolutně s vámi souhlasím, CI je jednou z klíčových strategických záležitostí uvnitř farmaceutické firmy. Jak pravděpodobně víte,

většina farmaceutických firem má přístup k více či méně podobným externím databázím, ale opravdová strategická výhoda záleží zejména na kvalitě CI lidí, kteří analyzují na denní bázi enormní množství dat. Závěrem, hlavní úkol CI lidí, je přetvářet data na informace, které posléze umožní našim top manažerům přijmout správná strategická rozhodnutí pro naši firmu. [originální znění: „*I totally agree with you, Competitive Intelligence (CI) is one the key strategic issues within the pharmaceutical industry. As you know, most of the pharmaceutical companies can access more or less similar external databanks but the real strategic advantages mainly depend on the quality of the CI people who analyses this enormous amount of data on a daily basis. In conclusion, the main task of CI people is to transform "data" into "information" which then can allow our Top Managers to take the right 'strategic decisions' for our company.*“] Výpověď tohoto respondenta přispívá k potvrzení tvrzení, že CI je pro farmaceutické firmy naprosto klíčové a nezbytné.

Na závěr dotazníku byla umístěna již nečíslovaná otázka:

Jak velká je vaše firma? How big is your company?

Cílem této otázky bylo alespoň přibližně zpřesnit představu o respondentech (vzhledem k anonymnosti dotazníku). Ukázalo se, že většina respondentů tj. 6 (67%) byla z firem, které mají 101 a více zaměstnanců a menšina tj. 3 (33%) bylo z firem, které mají méně než 30 zaměstnanců (viz graf 3).



Graf 3 - velikost firem

5.3.3 Diskuze

Cílem průzkumu bylo zjistit základní informace o provozování CI ve farmaceutických firmách. Nebylo cílem zjišťovat senzitivní informace, ale i přes to byla návratnost dotazníku malá. Výsledky průzkumu tedy nelze generalizovat, je potřeba na ně nahlížet jako na určitou dílčí sondu do velmi uzavřeného prostředí.

Na základě odpovědí na první dvě otázky z dotazníku lze usuzovat, že provozování CI ve farmaceutických firmách je běžnou a nutno podotknout také nezbytnou praxí. Všichni respondenti uvedli, že CI považují za strategickou činnost a že jej také provozují.

Co se týče způsobu organizačního ukotvení CI uvnitř organizace, výsledky ukazují na značnou různorodost. Nejvíce respondentů (4) zvolilo možnost „*kombinace předešlého*“, tedy samostatné oddělení CI, pověřený pracovník realizací CI a forma outsourcingu. Lze tedy předpokládat, že CI bývá obvykle provozováno napříč celou firmou (různými odděleními).

Většina respondentů se také přiznala k využívání intranetu pro účely CI uvnitř firmy. Příznačné je, že ti co uvedli, že žádný intranet pro účely CI nemají, jsou firmy o velikosti méně než 30 zaměstnanců. Lze tedy usuzovat, že u takto malých firem, kde je méně lidí, se tyto informace pravděpodobně sdílí nějakým jiným způsobem.

Zřejmě nejzajímavější odpovědi se shromáždili u otázky č.5, která zjišťovala, jaké otevřené informační zdroje firmy pro účely CI používají. Z odpovědí je evidentní velká různorodost. Farmaceutické firmy používají jak zdroje volně dostupné, tak i zdroje placené. U této otázky můžeme také vidět vztah mezi jednotlivými odpověďmi na předchozí otázky. Lze například vysledovat, že firmy, které uvedly svoji velikost jako 101 a více zaměstnanců, používají spíše zdroje placené, kdežto firmy o velikosti méně než 30 zaměstnanců, pouze spíše zdroje volně dostupné. Nicméně neplatí to absolutně, a i firmy o velikosti 101 a více zaměstnanců uvedly zdroje volně dostupné, například ClinicalTrials.gov či Espacenet a naopak firmy o 30 a méně zaměstnancích uvedly např. Medline. Tyto vztahy si lze prohlédnout v tabulce č. 1, přičemž respondent č. 2, 5 a 8 patří do skupiny 30 a méně zaměstnanců a zbytek patří do skupiny firem se 101 a více zaměstnanci.

Poslední rozšiřující otázka byla vyplněna pouze jedním respondentem, který potvrdil, že CI je zásadní činností pro farmaceutické firmy a uvedl, že nejdůležitější jsou v celém procesu lidé, kteří tyto informace vyhodnocují.

Závěrem lze konstatovat, že průzkum potvrdil základní hypotézu průzkumu a přinesl další rozšiřující poznatky ohledně provozování CI ve farmaceutických firmách.

5.4 Polostrukturovaný rozhovor

5.4.1 Průběh polostrukturovaného rozhovoru

Polostrukturovaný rozhovor proběhl s respondentem, jež si přál, aby byla zachována jeho anonymita. Tento respondent pracuje v nadnárodní farmaceutické firmě v pražské pobočce a vykonává činnosti CI. Rozhovor proběhl dne 13.11.2015 a trval přibližně jednu hodinu.

5.4.2 Obsah a výsledky polostrukturovaného rozhovoru

Jak již bylo řečeno výše, rozhovor se sestával ze 6 tematických okruhů, přičemž 4 z těchto okruhů pokrývají tematicky otázky z dotazníku. Zbylé dva okruhy vznikly spontánně během rozhovoru.

1. okruh: Význam competitive intelligence pro farmaceutické firmy

Respondent vypověděl, že CI je dle jeho názoru pro každou farmaceutickou důležitou součástí strategického řízení a lze se bez ní jen těžko obejít.

2. okruh: Organizační zakotvení CI

Respondent vypověděl, že činnosti CI jsou u nich rozděleny mezi více pracovníků, přičemž občas je využívána i možnost objednání externích specialistů pro určité specifické úkoly. Z rozhovoru vyplynulo, že žádný z pracovníků nemá CI jako svoji jedinou a hlavní náplň, ale vždy jako náplň doplňkovou. Respondent také vyjádřil

přesvědčení, že činnosti CI by měli patřit do náplně práce téměř všech ve farmaceutické firmě.

3. okruh: Interní systém pro činnosti CI.

Respondent vypověděl, že dříve měli vlastní lokální interní CI systém, ale nyní, posledních cca 5 let, se v rámci firmy vše globalizuje a zdroje se slučují. Nyní využívají tedy onoho globálního systému pro sdílení informací napříč všemi pobočkami a centrálou. Co se týče obsahu těchto systémů, je do nich zadáváno vše, co může mít potenciálně nějakou hodnotu, tzn. i neověřené informace (tzv. „drby“ apod.), které jsou označeny jako neověřené a později se v případě potřeby ověřují.

4. okruh: Otevřené informační zdroje pro činnosti CI (význam jednotlivých skupin informačních zdrojů viz kap. 3.5)

V rámci tohoto okruhu byl respondent konfrontován se všemi skupinami informačních zdrojů definovaných v kap. 3.5 a byl požádán o vyjádření.

- Informační zdroje s analytickými zprávami (analytic reports) - tyto zdroje sám respondent nevyužívá, domnívá se, že jsou vhodné pro centrály farmaceutických firem, neboť jejich záběr je více mezinárodní.
- Informační zdroje národních lékových agentur - respondent uvedl, že tyto zdroje hojně využívá a to zejména databáze SÚKL, jelikož se pohybuje v českém prostředí, ale také třeba EU Clinical Trials.
- Informační zdroje patentových informací - zde respondent vyjádřil přesvědčení, že tyto zdroje se opět hodí spíše pro centrály farmaceutických firem, které činí zásadnější strategická rozhodnutí o portfoliu jejich léčivých přípravků. Nicméně připustil také, že i v rámci českého trhu jsou občas patentové informace potřeba.
- Informační zdroje komplexního charakteru - tyto zdroje dle respondenta opět nacházejí uplatnění v centrálách farmaceutických firem, sám respondent s těmito zdroji nepracuje.

- Informační zdroje vědeckých informací - tuto skupinu zdrojů respondent shledává jako okrajovou, nicméně připouští, že v nich lze nalézt užitečné informace, sám s nimi ale moc nepracuje.

Zdroje, které respondent dále uvedl, jsou firstword pharma a obchodní rejstřík.

Dále respondent velmi vyzdvihl činnost České onkologické společnosti, Ústavu zdravotnických informací a statistiky ČR a Institutu biostatistiky a analýz MU Brno.

V České republice již od roku 1976 funguje registrace onkologických onemocnění v tzv. Národním onkologickém registru (dále také NOR), který spravuje Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR. Povinnost dodávat data do tohoto registru je zajištěna legislativně a musí do něj tedy přispívat všechna zdravotnická zařízení. Jedná se v rámci Evropské unie (EU) o poměrně jedinečný projekt, který nám ostatní státy EU právem závidí.

A právě data z NOR využívá webový portál SWOD⁷, jež nejenom, že zpřístupňuje tato data volně široké veřejnosti, ale také umožňuje s nimi provádět různé epidemiologické analýzy. SWOD pracuje také s relevantními demografickými daty, jež získává z Českého statistického úřadu. Jedná se tedy o nástroj, prostřednictvím kterého lze předjímat epidemiologické trendy vybraných onkologických diagnóz, tedy kolik lidí a kdy onemocní určitým onkologickým onemocněním, jaké bude věkové či regionální rozložení těchto pacientů a mnoho dalšího. Za tímto webovým portálem stojí Institut biostatistiky a analýz MU a také Masarykův onkologický ústav.

Česká onkologická společnost provozuje a má k dispozici klinické registry pacientů léčených cílenou biologickou léčbou v Komplexních onkologických centrech. Přesto, že zadávání údajů do těchto registrů není povinné, jsou v nich zaznamenané informace o více než 90% pacientů. ČOS ve spolupráci s Institutem biostatistiky a analýz MU a Masarykovým onkologickým ústavem a Komplexními onkologickými centry dlouhodobě provozuje registry nákladné léčby, jmenovitě u preparátů trastuzumab, lapatinib, bevacizumab, cetuximab, erlotinib, pemetrexed, sunitinib, sorafenib, cetuximab a imatinib. Za pomoci těchto registrů lze hodnotit přínos a bezpečnost dané léčby.

Respondent uvedl, že všechny tyto zdroje poskytují pro farmaceutické firmy velmi cenné informace, ze kterých se dělají nejrůznější analýzy. Užitečné jsou zejména

⁷ <http://www.svod.cz/>

predikce léčebné zátěže pro následující rok, tedy kolik lidí příští rok onemocní, ve kterém stádiu bude nemoc odhalena, ale také informace retrospektivní o tom, kolik lidí bylo léčeno určitými léky, jaká byla jejich úspěšnost apod.

5. okruh: Provozování činností CI v centrálách nadnárodních farmaceutických firem, národních pobočkách farmaceutických firem a jejich případné rozdíly.

Respondent vypověděl, že CI se provozuje nejenom v centrálách farmaceutických firem, ale také v jejich lokálních pobočkách, neboť i pobočky potřebují informace o daném lokálním trhu.

6. okruh: Otevřenost farmaceutických firem k tématu CI.

Zde respondent vypověděl, že se jedná o citlivé téma, o kterém firmy nerady poskytují informace, ale pochopitelně je všichni provozují. Neochota pramení zejména ze strachu z úniku informací a jejich využití ke konkurenčním bojům.

5.4.3 Diskuze

Polostrukturovaný rozhovor se zaměstnankyní pobočky velké nadnárodní farmaceutické firmy v Praze poskytl prostor pro konfrontaci s výsledky z průzkumu.

Z rozhovoru vyplynulo, že respondent provozuje mj. CI a považuje je za strategicky významné. Organizační ukotvení je v souladu s výsledky průzkumu. Tedy je opět velmi různorodé, respondent uvedl, že CI vykonává doplňkově ke své hlavní činnosti vícero pracovníků, ale také že pro určité specifické úkoly jsou občas nájímání externisté. Rovněž vyjádřila přesvědčení, že CI by se měl alespoň okrajově zabývat téměř každý uvnitř farmaceutické firmy. Intranet pro účely CI ve firmě respondenta funguje, a to na globální mezinárodní bázi. Zajímavé výsledky opět přinesla otázka č.5, tedy otázka na otevřené informační zdroje, ve které respondent výrazně vyzdvihl webový portál SWOD a registry nákladné léčby. Této otázce byl věnován největší časový prostor a bylo zřejmé, že respondent tyto zdroje považuje za stěžejní.

Předposlední okruh vznikl spontánně v průběhu rozhovoru, kdy jsme narazili na specifičnost CI činností v jejich firmě, jakožto pobočce velké nadnárodní farmaceutické firmy. Respondent vyjádřil přesvědčení, že CI se provozuje napříč všemi subjekty farmaceutických firem, tedy v pobočkách i centrálách. Přičemž v pobočkách se zaměřují zejména na daný lokální trh a lokální problémy, kdežto v centrálách řeší spíše věci globálního rozměru. Z toho vyplývá také odlišné informační pokrytí a potřeby. V pobočkách využívají spíše lokální zdroje zaměřené na daný trh, kdežto v centrálách využívají zdroje mezinárodní s větším rozsahem a dosahem.

Poslední okruh opět vyplynul spontánně v průběhu rozhovoru a jednalo se o otázku otevřenosti/uzavřenosti farmaceutických firem k tématu CI. Respondent uvedl, že je toto téma z pochopitelných důvodů (strach z úniku informací, průmyslové špionáže apod.) pro farmaceutické firmy velice citlivé. Ve farmaceutických firmách existují přísné kodexy, které ošetřují oblast úniku informací a vynucují si jejich dodržování pod přísnými sankcemi. Je tedy pochopitelné, že pracovníci nechtějí tyto postihy riskovat.

Závěrem lze říct, že rozhovor byl pro mě velmi přínosný a zajímavý. Poskytl cenný praktický pohled skutečného odborníka v oblasti CI a umožnil konfrontaci výsledků průzkumu a jejich doplnění o další názor.

6. Závěr

Farmaceutický průmysl představuje značně specifický druh odvětví, který podléhá přísné regulaci ze strany státu a vynakládá vysoké prostředky na výzkum a vývoj (originální farmaceutické firmy). Cílem je produkovat léčivé přípravky, jež zlepšují či zachraňují životy. Nelze ovšem opomínat, že stejně jako každé jiné odvětví, i toto odvětví má za cíl generovat zisk. Farmaceutické firmy se pohybují ve vysoce konkurenčním prostředí a právě proto hrají činnosti CI stěžejní roli.

Tato práce měla za cíl zevrubně deskriptivně až mírně analyticky popsat problematiku CI ve farmaceutickém průmyslu, což bylo učiněno v kapitolách č. 1 - 5. Byl proveden průzkum mezi farmaceutickými firmami o stavu CI ve farmaceutickém průmyslu, jenž byl doplněn polostrukturovaným rozhovorem s odborníkem na oblast CI ve farmaceutické firmě. Bohužel vzhledem k nevelké návratnosti dotazníků, nelze jeho výsledky generalizovat, je nutné na ně pohlížet jako na určitou dílčí sondu do této oblasti. Nicméně se domnívám, že přestože výsledky nejsou plošně zobecnitelné, přinesly zajímavé poznatky.

Na základě výsledků průzkumu i rozhovoru lze konstatovat, že CI je ve farmaceutickém průmyslu s velkou pravděpodobností standardně provozováno a hraje stěžejní roli a to zejména kvůli vysoce konkurenčním poměrům, jež panují ve farmaceutickém průmyslu.

Organizační ukotvení CI ve farmaceutických firmách vykazuje značnou různorodost a flexibilitu. Využívání intranetu potvrzují všechny větší (101 a více zaměstnanců) firmy, oproti tomu firmy menší (30 a méně zaměstnanců) užívání intranetu popírají. Paleta otevřených informačních zdrojů v CI ve farmaceutickém průmyslu opět vykazuje značnou různorodost. Na základě dotazníku i rozhovoru bylo identifikováno velké množství různých informačních zdrojů (placených i volně dostupných). Výzkum prokázal, že všechny zdroje, které byly vybrány a analyzovány v kap. č. 3.5 byly následně zmíněny i v dotaznících. Jedná se tedy bezpochyby o relevantní zdroje pro tuto oblast. Zajímavým počinem v České republice je webový portál SWOD - Epidemiologie zhoubných nádorů v České republice. V rámci rozhovoru byl tento portál respondentem velmi vyzdvihnut, neboť poskytuje zdarma velmi cenná data a současně se jedná o velmi ojedinělý počín i v rámci Evropské unie.

Lze konstatovat, že práce přibližuje problematiku competitive intelligence ve farmaceutickém průmyslu, a to jak popisem určitých významných témat, tak také dílčími sondami přímo do nitra farmaceutického průmyslu.

Použitá literatura

ACI, 2014. Our Mission. In: *Fuld Gilad Herring Academy of Competitive Intelligence* [online]. [cit. 2015-06-09]. Dostupné z: <http://www.academyci.com/mission/>.

AIFP, 2015a. O nás - představení asociace. In: *Asociace inovativního farmaceutického průmyslu* [online]. [cit. 2015-09-12]. Dostupné z: <http://www.aifp.cz/cs/o-nas/>.

AIFP, 2015b. Poradna Znam své léky pomáhá pacientům odhalit rizikové oblasti užívání léků. In: *Asociace inovativního farmaceutického průmyslu* [online]. [cit. 2015-09-12]. Dostupné z: <http://www.aifp.cz/cs/aktuality/informace-pro-media/poradna-znam-sve-leky-pomaha-pacientum-odhalit-rizikove-oblasti-uzivani-leku/%5D>.

AIIP, 2014b. About. In: *AIIP - Association of independent information professionals* [online]. [cit. 2015-09-09]. Dostupné z: <http://www.aiip.org/about/code-of-ethical-business-practice>.

AIIP, 2014a. Code of Ethics. In: *AIIP - Association of independent information professionals* [online]. [cit. 2015-09-09]. Dostupné z: <http://www.aiip.org/about/code-of-ethical-business-practice>.

BABKA, Michael, 1994. *Kde a jak hledat informace o firmách*. 1. vyd. Praha: Management Press, 174 s. ISBN 80-856-0356-X.

BADR, A., E. MADDEN a S. WRIGHT, 2006. The Contribution of CI to the Strategic Decision Making Process: Empirical Study of the European Pharmaceutical Industry. *Journal of Competitive Intelligence & Management* [online]. vol. 3, issue 4 [cit. 2015-09-09]. Dostupné z: <https://www.dora.dmu.ac.uk/bitstream/handle/2086/2829/2006%20-%20CI%20in%20European%20Pharma%20PUBLISHED.pdf?sequence=3>.

BUDILOVÁ, Natálie, 2008. *Competitive intelligence v podnikovém prostředí s důrazem na využití informačních technologií* [online]. Praha [cit. 2015-08-06]. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/58136/>. Rigorózní práce. Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví. Vedoucí práce doc. PhDr. Richard Papík, Ph.D.

CAS, 2015. STN Anavist: See how it works. In: *CAS - A division of the American Chemical Society*. Dostupné také z: <https://www.cas.org/products/stn/anavist>.

CRANE, Andrew, 2005. In the company of spies: When competitive intelligence gathering becomes industrial espionage. *Business Horizons* [online]. vol. 48, issue 3 [cit. 2015-08-06]. DOI: 10.1016/j.bushor.2004.11.005. ISSN 00076813. Dostupné z: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0007681304001302>.

ČAFF, 2015. Etický kodex. In: *Česká asociace farmaceutických firem* [online]. [cit. 2015-09-12]. Dostupné z: <http://www.aff.cz/wp-content/uploads/2009/11/Etick%C3%BD-kodex-%C4%8CAFF-platn%C3%BD-od-04-06-2015-FINAL.pdf>.

ČAFF, 2013. Programové prohlášení. In: *Česká asociace farmaceutických firem* [online]. [cit. 2015-09-12]. Dostupné z: http://www.aff.cz/?page_id=6.

ČESKO, 2007. Zákon 378/2007 Sb. o léčivech a o změnách některých souvisejících zákonů (zákon o léčivech). In: *Sbírka zákonů*. Dostupné také z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2007-378>.

ČESKO, 1995. Zákon 40/1995 Sb. o regulaci reklamy a o změně a doplnění zákona 468/1991 Sb., o provozování rozhlasového a televizního vysílání, ve znění pozdějších předpisů. In: *Sbírka zákonů*. Dostupné také z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/1995-40>.

ČESKO, 1990. Zákon č. 527/1990 Sb. o vynálezech, průmyslových vzorech a zlepšovacích návrzích ve znění zákona č. 116/2000 Sb. In: *Sbírka zákonů*. Dostupné také z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/1990-527#cast1>.

ČESKO, 2002. Zákon č. 173/2002 Sb., o poplatcích za udržování patentů a dodatkových ochranných osvědčení pro léčiva a pro přípravky na ochranu rostlin a o změně některých zákonů. In: *Sbírka zákonů*. Dostupné také z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2002-173>.

ČESKO, 2003. Zákon č. 441/2003 Sb., o ochranných známkách a o změně zákona č. 6/2002 Sb., o soudech, soudcích, přísedících a státní správě soudů a o změně některých dalších zákonů (zákon o soudech a soudcích), ve znění pozdějších předpisů, (zákon o ochranných známkách). In: *Sbírka zákonů*. Dostupné také z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2003-441>.

DAILEY, John W, 2015. Pharmaceutical industry. *Encyclopædia Britannica* [online]. [cit. 2015-09-12]. Dostupné z: <http://www.britannica.com/topic/pharmaceutical-industry>.

DATAMONITOR, 2015a. Transpharmational. In: *Datamonitor Healthcare* [online]. [cit. 2015-09-12]. Dostupné z: <http://www.datamonitorhealthcare.com/our-new-service/>.

DATAMONITOR, 2015b. GlaxoSmithKline plc: Company Analysis. In: *Datamonitor Healthcare* [online]. [cit. 2015-09-12]. Dostupné z: http://store.datamonitorhealthcare.com/Product/glaxosmithkline_plc_company_analysis?productid=HC00068-008.

EMA, 2015. Who we are. In: *European medicines agency* [online]. [cit. 2014-06-08]. Dostupné z: http://www.ema.europa.eu/ema/index.jsp?curl=pages/about_us/general/general_content_000092.jsp&mid=WCo%20b01ac0580028a43.

Encyklopedie SÚKL, 2015. Jaký je životní cyklus léku? In: *Olecich.cz* [online]. [cit. 2015-09-12]. Dostupné z: <http://www.olecich.cz/encyklopedie/jaky-je-zivotni-cykus-leciva>.

FDA, 2015. History. In: *Food and Drug Administration* [online]. [cit. 2015-09-12]. Dostupné z: <http://www.fda.gov/aboutfda/whatwedo/history/default.htm>.

FULD, Leonard M, 1995. *The new competitor intelligence: the complete resource for finding, analyzing, and using information about your competitors*. New York: J. Wiley, 482 p. ISBN 04-715-8509-2.

GRAY, Garry C, 2013. The Ethics of Pharmaceutical Research Funding: A Social Organization Approach. *The Journal of Law, Medicine & Ethics* [online]. Boston, MA: American Society of Law, Medicine, vol. 41, issue 3. p. 629-634 [cit. 2015-09-13]. ISSN 1073-1105. Dostupné z: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=a9h&AN=90500274&lang=cs&site=ehost-live>.

GRAY, Neil H., 2007. Pharmaceutical Competitive Intelligence: Forewarned is Forearmed. *Pharma Marketing Network* [online]. [cit. 2015-12-06]. Dostupné z: <http://www.news.pharma-mkting.com/pmn69-article04.pdf>.

GSK, 2014. Etický kodex. In: *GlaxoSmithKline* [online]. [cit. 2015-09-12]. Dostupné z: <http://cz.gsk.com/media/482648/eticky-kodex-gsk.pdf>.

HENDL, Jan, 2008. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*, 2. aktualiz. vyd. Praha: Portál, 407 s. ISBN 978-80-7367-485-4.

JIN, T.; BOUTHILLIER, F, 2007. What Do Competitive Intelligence Professionals Do? : A Pilot Study. In: *Information Sharing in a Fragmented World: 35th Annual Conference of the Canadian Association for Information Science* [online]. Montreal : McGill University, 10. - 12. 5. 2007 [cit. 2015-09-09].

KAHANER, Larry, 1997. *Competitive intelligence: how to gather, analyze and use information to move your business to the top*. New York: Touchstone, 300 s. ISBN 978-0-684-84404-6.

KEBZA, Vladimír, 2015. *Analýza informačního prostředí a informačních zdrojů pro farmaceutické obory* [online]. Praha [cit. 2015-12-04]. Rigorózní práce. Univerzita Karlova v Praze. Filozofická fakulta. Ústav informačních studií a knihovnictví. Vedoucí práce doc. PhDr. Richard Papík, Ph.D. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/162270/>.

KIMLIČKA, Štefan., 1998. Competitive intelligence. In: *KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha : Národní knihovna ČR, 2003- [cit. 2015-09-06]. Dostupné z: http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000000438&local_base=KTD.

KOPALOVÁ, Kristýna, 2007. *Country intelligence* [online]. Praha [cit. 2015-09-09]. Rigorózní práce. Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví.

KRŠIAK, Miloslav, 2006. Objevy a testování léků v zahraničí a u nás: minulost a současnost. *Sborník kurzu farmaceutické medicíny časopisu Farmakoterapie, 1. díl*. Praha: Farmakon Prees, s. 7-12. ISSN 1801-7509. Krácený text přednášky v Kurzu farmaceutické medicíny 25. 3. 2006. Dostupný také z WWW: http://old.lf3.cuni.cz/farmakologie/Sbornik_Krsiak.pdf.

KUDLÁČEK, Rostislav, 2003. *Odborná literatura a informace ve farmacii*. Vyd. 1. Praha: Orac. 354 s. Studijní texty Orac. ISBN 80-86199-52_5.

MANAGEMENTMANIA, 2015. Sociální inženýrství. In: *ManagementMania* [online]. Wilmington (DE), 2011-2013, [cit. 2013-05-04]. Dostupné z: <https://managementmania.com/cs/socialni-inzenyrstvi>.

MASAŘÍKOVÁ, Gabriela, 2010. Konkurenční zpravodajství anebo nelegální špionáž?. *Ikaros* [online], ročník 14, číslo 1 [cit. 2015-09-09]. ISSN 1212-5075. Dostupné z: <http://ikaros.cz/node/13360>.

MCGONAGLE, John J. a Carolyn M. VELLA, 2012. *Proactive intelligence: the successful executive's guide to intelligence*. New York: Springer, 181 s. ISBN 14-471-2741-2.

MOLNÁR, Zdeněk, 2012. *Competitive intelligence, aneb, Jak získat konkurenční výhodu*. Vyd. 1. Praha: Oeconomica, 254 s. ISBN 978-80-245-1908-1.

MULLEN, Alexander, Martin BLUNCK, Editha KALBFLEISCH a Hans-Georg ROHBECK, 2003. Using Pharmaceutical Development Product Databases for Competitive Intelligence. *Online* [online]. vol. 27, issue 3 [cit. 2015-09-17]. Dostupné z: <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=bth&AN=9598099&lang=cs&site=ehost-live>.

NEČAS, Miroslav, 2010. Aktuální trendy v Competitive Intelligence. *ProInflow* [online]. [cit. 2014-05-18]. Dostupný z WWW: <http://pro.inflow.cz/aktualni-trendy-v-competitive-intelligence>>. ISSN 1804-2406.

NOWAKOVÁ, Jana, 2015. *Analýza přístupů k informačním systémům patentových informací Úřadu průmyslového vlastnictví ČR, Evropského patentového úřadu, Úřadu patentů a ochranných známek Spojených států a Světové organizace duševního vlastnictví* [online]. Praha [cit. 2015-12-04]. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví. Vedoucí práce doc. PhDr. Richard Papík, Ph.D. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/150865/>.

OLSEN, Michaela, 2014. Rozhovor s Michaelou Olsen. *Zdravotnické noviny: odborné fórum zdravotnictví a sociální péče* [online]. Praha: Ambit Media, roč. 63, č. 17-18 [cit. 2015-09-13]. ISSN 0044-1996. Dostupné z: <https://www.pfizer.cz/sites/cz/novinky/Pages/RozhovorsHR%C5%99editelkouMichaelouOlsen.aspx>.

OXFORD DICTIONARY, 2015. Definition of intelligence from Oxford Dictionaries Online. In: *Oxford Dictionary* [online]. [cit. 2015-09-01]. Dostupné z: <http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/intelligence>.

PAPÍK, Richard, 1998. Metody competitive intelligence na internetu. In: *INFOMEDIA '98* [online]. [cit. 2015-09-09]. Dostupné z: <http://www.inforum.cz/archiv/infomedia98/pdf/papik.pdf>.

PATOČKOVÁ, Jitka a Jiří SLÍVA, 2009. Farmakoetika. Etické a právní aspekty farmaceutického marketingu a reklamy v medicíně. *Postgraduální medicína*, roč. 11, č. 8, s. 922-923. ISSN: 1212-4184. Dostupné z: <http://www.zdn.cz/clanek/farmakoetika-eticke-a-pravni-aspekty-farmaceutickeho-marketingu--447558>.

PECHOVÁ, Jana, 2012. Právní a patentová ochrana v oblasti zdravotnictví. In: *Acta MUP: Právní ochrana duševního vlastnictví*. Praha: Metropolitní univerzita Praha, s. 73-86. ISSN 1804-6932.

POWELL, Timothy a Cynthia ALLGAIER, 1998. Enhancing sales and marketing effectiveness through Competitive Intelligence. *Competitive intelligence review: publication of the Society of Competitive Intelligence Professionals*. Washington, DC: The Society, vol. 9, issue 4. ISSN 1058-0247.

PubMed, 2015. PubMed Advanced Search Builder. In: *PubMed Home* [online]. [cit. 2015-09-12]. Dostupné z: <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/advanced>.

RÁDL, Stanislav, 2004. Jak se rodí lék, aneb vybrané aspekty výzkumu a vývoje chemických léčiv. *Chemické listy*, roč. 98, č. 12, s. 1073-1084. ISSN 0009-2770.

RÖSSLEROVÁ, Petra, 2012. *Business intelligence v generickém farmaceutickém průmyslu pro výběr portfolia a registrační strategii* [online]. Praha [cit. 2015-12-04]. Diplomová práce. Univerzita Karlova v Praze. Filozofická fakulta. Ústav informačních studií a knihovnictví. Vedoucí práce MUDr. Marika Pečená. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/detail/97151/?lang=en>.

ŘÍMANOVÁ, Radka, 2015. *Specializované knihovny v 21. století - entitně-relační model a model systému služeb knihovny* [online]. Praha [cit. 2015-12-04]. Disertační práce. Univerzita Karlova v Praze, Filozofická fakulta, Ústav informačních studií a knihovnictví. Vedoucí práce doc. PhDr. Rudolf Vlasák. Dostupné z: <https://is.cuni.cz/webapps/zzp/download/140042613>.

SCIP, 2015b. About SCIP. In: *SCIP - Strategic and Competitive Intelligence Professionals* [online]. [cit. 2015-06-09]. Dostupné z: <https://www.scip.org/AboutSCIP.php>.

SCIP, 2015a. SCIP Code of Ethics for CI Professionals. In: *SCIP - Strategic and Competitive Intelligence Professionals* [online]. [cit. 2015-09-09]. Dostupné z: <https://www.scip.org/CodeOfEthics.php>.

SHANTANU, De, 2015. Role of IP in competitive intelligence gathering and analysis. Dostupné také z: <http://www.managementparadise.com/AyeshaShaikh83/documents/23844/role-of-ip-in-competitive-intelligence-gathering-and-analysis/>.

SLA, 2015a. About SLA. In: *SLA - Special Libraries Association* [online]. [cit. 2015-11-06]. Dostupné z: <https://www.sla.org/about-sla/>.

SLA, 2015b. Staff. In: *SLA - Special Libraries Association* [online]. [cit. 2015-11-06]. Dostupné z: <https://www.sla.org/about-sla/staff/>.

SLÍVA, Jiří a Martin VOTAVA, 2010. *Farmakologie*. 1. vyd. Praha: Triton, 238 s. ISBN 978-80-7387-424-7.

STEYL, Jan, 2009. Business Intelligence vs. Competitive Intelligence. *Toolbox.com* [online]. [cit. 2015-09-09]. Dostupné z: <http://it.toolbox.com/blogs/bi-ci/business-intelligence-vs-competitive-intelligence-32441>.

STROUPKOVÁ, Martina, 2009. Etika a CI. In: *Portál CI* [online]. [cit. 2015-08-06]. Dostupné z: <http://www.portalci.cz/ci-v-praxi/realizace-ci/etika-a-ci/etika-a-ci>.

SÚKL, 2010a. Co je farmakovigilance. In: *Státní ústav pro kontrolu léčiv* [online]. [cit. 2015-09-12]. Dostupné z: <http://www.sukl.cz/leciva/co-je-farmakovigilance>.

SÚKL, 2010b. Historie a současnost. In: *Státní ústav pro kontrolu léčiv* [online]. [cit. 2015-09-12]. Dostupné z: <http://www.sukl.cz/sukl/historie-a-soucasnost>.

SÚKL, 2010c. Organizační struktura SÚKL. In: *Státní ústav pro kontrolu léčiv* [online]. [cit. 2014-06-08]. Dostupné z: http://www.sukl.cz/file/77435_1_1.

SÚKL, 2010d. Databáze léků - vyhledávání. In: *SÚKL - Státní ústav pro kontrolu léčiv* [online]. [cit. 2015-09-12]. Dostupné z: <http://www.sukl.cz/modules/medication/search.php#>.

SÚKL, 2010e. Databáze klinického hodnocení - vyhledávání. In: *SÚKL - Státní ústav pro kontrolu léčiv* [online]. [cit. 2015-09-12]. Dostupné z: <http://www.sukl.cz/modules/evaluation/>.

ŠMEJKAL, Petr, 2006. *Úvod do problematiky Competitive Intelligence s přihlédnutím k situaci v České republice* [online]. Brno [cit. 2015-09-09]. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/43262/ff_m/. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Ústav české literatury a knihovnictví, Kabinet knihovnictví.

ŠPINGL, Ivan, 2007. Competitive Intelligence v organizaci. *Moderní řízení* [online]. [cit. 2015-09-09]. Dostupné z: <http://modernirizeni.ihned.cz/c1-22200570-competitive-intelligence-v-organizaci>.

THOMSON REUTERS, 2015a. DWPI Classification. In: *Thomson Reuters* [online]. [cit. 2015-09-12]. Dostupné z: http://ip-science.thomsonreuters.com/m/pdfs/DWPI_Class_Manual_2015.pdf.

THOMSON REUTERS, 2015b. DWPI Quick Tour. In: *thomsonreuters.com*. Dostupné z: http://ip-science.thomsonreuters.com/c/DWPI_quicktour.html.

THOMSON REUTERS, 2012. Derwent World Patents Index [online]. Dostupné z: <http://thomsonreuters.com/content/dam/openweb/documents/pdf/intellectual-property/fact-sheet/derwent-world-patents-index.pdf>.

TSOKANAS, Nikolaos a Evangelia FRAGOULI, 2012. Competitive Intelligence: concept, context and a case of its application. *Science Journal of Business Management* [online]. vol. 2012, issue 3 [cit. 2015-12-06]. ISSN 2276-6316. Dostupné z: <http://www.sjpub.org/sjbm/nikolaos-et-al.pdf>.

ÚPV, 2010. *Duševní vlastnictví: příručka osvědčených postupů : 10 praktických doporučení pro lepší integraci duševního vlastnictví do obchodní činnosti* [online]. 1. české vyd. Praha: Úřad průmyslového vlastnictví, 54 s. [cit. 2015-12-06]. ISBN 978-80-7282-084-9.

VEJLUPEK, Tomáš, 2001. In: *Firemní zpravodajský informační systém* [online]. [cit. 2015-09-09]. Dostupné z: <http://www.inforum.cz/archiv/inforum2001/prispevky/vejluppek.htm>.

VYMĚTAL, Jan a ŠILHÁNEK, Jaroslav, 1996. *Informační středisko ve firemní praxi*. Ostrava: Montanex, 131 s. ISBN 80-85780-61-5.

WRIGHT, Sheila, Craig S. FLEISHER a Emma MADDEN, 2008. Characteristics of competitive intelligence practice in R&D driven firms: Evidence from the UK pharmaceutical industry. In: *European Business Research Forum* [online]. Finland [cit. 2015-09-18]. Dostupné z: <http://hdl.handle.net/2086/4517>.

Seznamy

Seznam obrázků

Obr. č. 1 - cyklus competitive intelligence	15
Obr. č. 2 - procentuální vyjádření míry využívání nástrojů/metod pro analýzu informací [Powell a Allgaier, 1998]	21
Obr. č. 3 - procentuální vyjádření efektivnosti nástrojů/metod CI [Powell a Allgaier, 1998]	22
Obr. č. 4 - využívání uvedených metod pro činnosti CI ve farm. průmyslu [Badr et al., 2006].....	24
Obr. č. 5 - využití prostředků na získání informací [Vejlupek, 2001]	27
Obr. č. 6 - životní cyklus léčiva [Encyklopedie SÚKL, 2015]	37
Obr. č. 7 - záznam konkrétní zprávy ve volně dostupné části Datamonitoru [Datamonitor, 2015b]....	58
Obr. č. 8 - uživatelské rozhraní v licenční části Datamonitoru [Datamonitor, 2015a].....	59
Obr. č. 9 - ukázka profilu farmaceutické firmy Pfizer v licenční části Datamonitoru [Datamonitor, 2015]	60
Obr. č. 10 - vyhledávací rozhraní databáze léků SÚKL [SÚKL, 2015d]	64
Obr. č. 11 - záznam vyhledaného léku Entizol v databázi léků SÚKL [SÚKL, 2010d].....	65
Obr. č. 12 - hlášení o zahájení, přerušení a ukončení uvádění léčivého přípravku na trh v databázi léků SÚKL [SÚKL, 2010d]	67
Obr. č. 13 - vyhledávací rozhraní databáze klinických hodnocení SÚKL [SÚKL, 2010e]	69
Obr. č. 14 Detail klinického hodnocení v databázi klinických hodnocení SÚKL [SÚKL, 2010e]	70
Obr. č. 15 - záznam v patentu v DWPI [ThomsonReuters, 2015a]	73
Obr. č. 16 - ukázka ze softwaru STN Anavist [CAS, 2015]	76
Obr. č. 17 - profil farmaceutické firmy Teva v IMS Knowledge Link v sekci firmy [Rösslerová, 2012] 80	
Obr. č. 18 - profil léku Copaxone, resp.účinné látky glatiramer acetát, v databázi IMS Knowledge Link [Rösslerová, 2012]	82
Obr. č. 19 - profil České republiky v databázi IMS Knowledge Link [Rösslerová, 2012].....	83
Obr. č. 20 - vyhledávací rozhraní systému PubMed [PubMed, 2015]	85
Obr. č. 21 - vybraný záznam z databáze Medline/PubMed s potenciálním vztahem k CI - Epidemiology of cervical cancer in Latin America [PubMed, 2015]	86
Obr. č. 22 - příklad emailů vyjadřujících nemožnost zúčastnit se průzkumu.....	89
Obr. č. 23 - příklad emailů informujících o postoupení dotazníku příslušnému oddělení	89

Seznam grafů

Graf 1 - zakotvení CI ve firmě	90
Graf 2 - interní systémy pro CI	91
Graf 3 - velikost firem	94

Seznam tabulek

Tabulka č. 1 - informační zdroje používané respondenty	92
--	----

Příloha č. 1

Původní verze popisu Datamonitoru, která byla vytvořena v září 2015.

Datamonitor

Základní informace

Datamonitor představuje typ komerčních informačních zdrojů, jež nabízejí vypracované analytické zprávy s vysokou přidanou hodnotou postihující nejrůznější oblasti. Obdobným zdrojem je například Espicom, Business Insight, MarketResearch.com a další. Datamonitor je v provozu již od roku 1989 a jeho producentem je společnost Informa. Datamonitor neposkytuje strategické informace pouze pro oblast farmaceutického průmyslu, ale také pro následující odvětví:

- spotřební průmysl,
- energetický průmysl a udržitelnost,
- finance,
- logistika,
- automobilový průmysl,
- maloobchod.

Datamonitor nabízí expertní analýzy pěti klíčových farmaceutických sektorů:

- strategie,
- léčiva,
- firmy,
- epidemiologie,
- nemoci.

Informace z těchto jednotlivých sektorů poté zpracovávají analytici do tzv. analytických zpráv, například:

- zprávy s předpovědí klíčových trendů ve farmaceutickém průmyslu, předpovědi vývoje nových produktů apod.,

- zprávy s odhadem vývoje farmaceutického průmyslu v určitých zemích apod.,
- zprávy s analýzou a popisem konkrétních farmaceutických firem s předpověďmi jejich budoucího vývoje,
- epidemiologické zprávy. [Rösslerová, 2012]

Práce se systémem

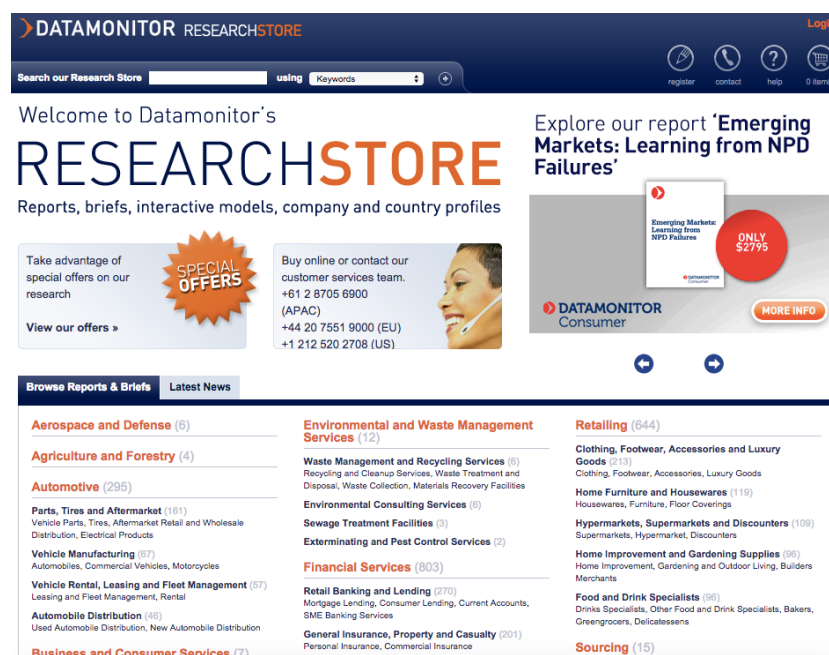
Lze vyhledávat buď ve volně dostupné části Research Store, nebo v licenční části Knowledge center.

Vyhledávání v Research Store

Volně dostupná část Research Store funguje na principu internetového obchodu. Uživatel zde může vyhledávat analytické zprávy z libovolných oblastí a následně si je již za poplatek stáhnout. Výše poplatků jsou různorodé (od desítek dolarů až po tisíce dolarů). Odvíjí se zejména od náročnosti zpracování dané zprávy, od míry strategických informací obsažených ve zprávě apod.

K vyhledávání zde slouží jednoduchý vyhledávací řádek Search our Research Store v horní části obrazovky, do kterého se zapisují klíčová slova nebo název zprávy. Další možností vyhledávání je browsing, tedy prohledávání zpráv dle určitých kategorií:

- zprávy dle jednotlivých odvětví (odvětví jsou dále ještě podrobněji členěna),
- prohledávání novinek a zpráv.



Obrázek A - úvodní stránka volně dostupné části Research Store v Datamonitoru

Jakmile uživatel nalezne požadovaný dokument a otevře ho, zobrazí se záznam zprávy, který obsahuje stručný popis (viz obr. A). V rámci tohoto popisu jsou dostupné informace o datu vydání, počtu stran, poplatku za stažení pro jednotlivce, poplatku za vícenásobnou licenci pro využití více osobami. Dále je možné otevřít si souhrn projektu, tabulku s obsahem reportu a brožuru s informacemi o zprávě. Všechny tyto deskriptivní informace poskytují dostatečný popis a uživatel se tak může informovaně rozhodnout, zdali je tato zpráva pro něj vhodná a stojí za vynaložení často nemalých finančních prostředků. Samotný nákup dané zprávy dále probíhá tradiční cestou jako u jiných eshopů, tedy vložení do košíku (*Basket*), přihlášení (*Sign-in*), zaplacením (*Payment*), kontrolou (*Checkout*) a dokončením transakce (*Sale complete*).

DATAMONITOR RESEARCHSTORE Login

Search our Research Store using Keywords

GlaxoSmithKline plc: Company Analysis

Report

Published by Datamonitor
Published on 08 Aug 2012
Product code HC00068-008
Pages 32

\$2800
Multi-user License \$7000

BUY NOW
ADD TO BASKET

Summary
Table of contents
Download brochure
Email this page to a colleague

Introduction

This analysis examines the historical and forecast performance for GlaxoSmithKline in the prescription pharmaceutical sector. The profile encompasses global company strategy, portfolio and pipeline analysis and assessment of financial performance, with 1-6 year sales forecasts for key drugs.

Features and benefits

- Gain insight into GlaxoSmithKline's strategic outlook across the next 6 years.
- Analyze company sales forecasts by product, therapy area, lifecycle stage, geography, molecule type and source.

Highlights

Strategic insight into the prospects for GlaxoSmithKline over the next six years. Picking out key strengths, weaknesses, opportunities and threats and evaluating the company's prescription pharmaceuticals outlook using a variety of cuts of the historical and forecast sales.

Your key questions answered

- Benchmark GlaxoSmithKline's performance against key rivals in the prescription pharmaceutical sector
- Assess GlaxoSmithKline's continued diversification strategy with vaccines and emerging markets positioned as key growth opportunities

Popular Recommendations

- Emisphere: new licensing opportunity in the diabetes market
- HMV: the going's getting tougher
- Phishing gets between a rock and an easy place
- Chiron/Genentech: battling on despite Herceptin ruling
- Compliance is just a click away

Related Insight

- UK Commercial Property Insurance: Competitor Dynamics
- Toyota Motor Corporation: From lean production to the new TNGA

My basket

The Vaccines Market
Forecast to 2021
TOTAL \$6400
Edit my basket | xs.com
CHECKOUT

Buy online or contact our customer services team.
+61 2 8705 6900 (APAC)
+44 20 7551 9000 (EU)
+1 212 520 2708 (US)

Take advantage of special offers on our research
SPECIAL OFFERS
View our offers »

Delicious Digg it Stumble It!

Obrázek B - záznam konkrétní zprávy ve volně dostupné části Research Store v Datamonitoru

Vyhledávání v komerčně přístupné části Knowledge Center

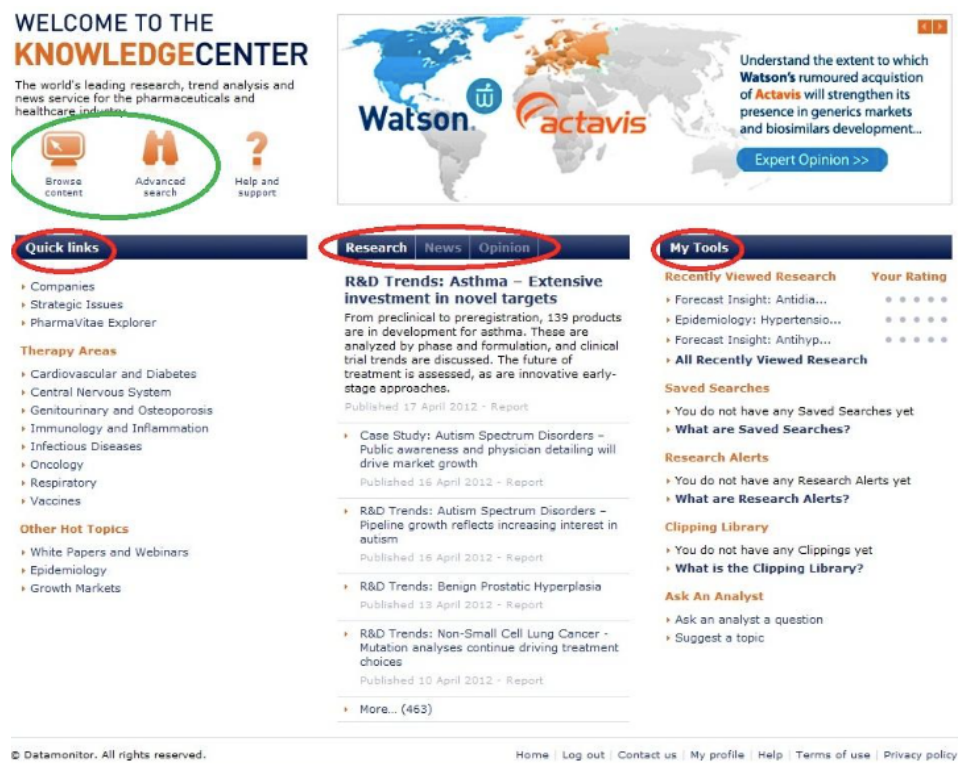
Knowledge Center je komerčně přístupná, tedy placená licenční část, která na jednom místě poskytuje volný přístup ke všem dostupným informacím v rámci určitého (předplaceného) sektoru. V databázi se nachází mnoho analytických zpráv s vysokou přidanou hodnotou, mnoho faktografických údajů, samostatných tabulek, grafů apod.

Systém standardně umožňuje pokročilé vyhledávání, ukládání a práci s provedenými rešeršními dotazy, alertové služby, kustomizaci uživatelského rozhraní a také je zde možnost kontaktu s analytiky („Get in touch with Ask an analyst“). V případě nejasností či dotazů je možné se obrátit na analytiky nebo i na konkrétní autory daného reportu a na cokoli se zeptat.

Pro vstup do databáze je nejprve nutné zakoupit si předplatné do požadovaného sektoru (automobilový průmysl, energetický průmysl a udržitelnost, spotřební průmysl, finanční průmysl, maloobchod, logistika, farmaceutický průmysl

a zdravotnictví) a následně se uživatel do databáze přihlašuje přes uživatelské jméno a heslo.

Po přihlášení do databáze uživatel ocitne v pokročilejší verzi volně dostupné části Research Store. V levé horní části obrazovky jsou odkazy na pokročilé vyhledávání („Advanced Search“), prohledávání obsahu („Browse Content“) a na pomoc a podporu. Pod tím, opět nalevo, se nachází sloupec s Rychlými odkazy („Quick links“), které umožňují snadný přechod na zprávy analyzující profily společností („Companies“), epidemiologické zprávy („Epidemiology“) nebo nabízejí rozdělení zpráv dle určitých terapeutických oblastí („Therapy Areas“). V centrální části se je prostřední sloupec, ve kterém se nachází odkazy na nejnovější výzkumné zprávy („Research“), novinky („News“) a názory odborníků („Opinion“). Na pravé straně nalezne uživatel sloupec s nástroji („My Tools“), které slouží k usnadnění práce s databází. Zde je k dispozici historie vyhledávání („Recently Viewed Research“), dále lze uložit požadované výsledky vyhledávání („Saved Searches“), k dispozici jsou také alertové služby („Research Alerts“) a nebo nástroj s názvem „Clipping Library“. Tento nástroj umožňuje extrahování dílčích částí textů, tabulek či obrázků z reportů např. k vlastní tvorbě prezentací či jiných dokumentů. Posledním nástrojem je již zmíněná referenční služba „Get in touch with Ask an analyst“. [Rösslerová, 2012]



Obrázek C - rozhraní licenční části Knowledge centre v Datamonitoru [Rösslerová, 2015]

Pokročilé vyhledávání („*Advanced Search*“) nabízí celkem uživatelsky přívětivý vyhledávací formulář. Je zde možné zadat klíčová slova či fráze do čtyř řádků za použití booleovských operátorů. Dále lze s rešeršním dotazem pracovat pomocí limitačních polí, která slouží k omezení (osekávání) dotazu. Dotaz je možné omezit dle typu hledané informace, časově a dále jsou na výběr čtyři omezující kritéria: průmysl („*Industry*“), strategické záležitosti („*Strategic issues*“), firma („*Company*“) a geografie („*Geography*“).

4.1.1.3 Zhodnocení

Tato databáze nabízí analytické zprávy s vysokou přidanou hodnotou, jež jsou pro účely competitive intelligence jistě velmi užitečné. Databáze nabízí poměrně přehledné, intuitivní uživatelské rozhraní, ze kterého je zřejmá snaha vyjít uživatelům maximálně vstříc. Kladně hodnotím zejména pokročilé vyhledávání v komerčně přístupné části Knowledge Center, službu „*Get in touch with Ask an analyst*“, která je vzhledem k přirozené povaze určité subjektivity zpracovávaných zpráv určitě velmi vhodná. Nicméně, jak poznamenává Petra Rösslerová [2012] ve své diplomové práci, tyto zprávy nejsou pro farmaceutické firmy bezpodmínečně nutné a lze se bez nich i obejít. Existují totiž pracovníci, kteří raději pracují s holými daty, která si do souvislostí dávají sami a již zpracované dlouhé zprávy jim nevyhovují. Je to tedy otázka osobních preferencí a zvyklostí daného pracovníka. Z mého pohledu se domnívám, že tento typ zpráv v competitive intelligence ve farmaceutickém průmyslu hraje jistě svou významnou roli, neboť může šetřit a usnadnit práci těm, kteří se CI zabývají. Pochopitelně však zprávy, které obsahují opravdu cenné a užitečné informace, jsou poměrně finančně nákladné. Je proto na individuálním zvážení firmy, co je pro ně ekonomicky výhodnější.

Příloha č. 2

Česká verze

Vážená paní, Vážený pane

jmenuji se Pavla Hubálková, studuji magisterský obor Informační studia a knihovnictví na Filozofické fakultě Univerzity Karlovy v Praze a v současné době píši diplomovou práci pod vedením garanta oboru doc. PhDr. Richarda Papíka, Ph.D. na téma *Competitive Intelligence ve farmaceutickém průmyslu*. Řada našich absolventů či studentů pracuje v oblasti competitive intelligence či medicínských, farmaceutických informací a to buď v lékařských knihovnách, státních institucích či ve firmách. Tato oblast je zakomponována také do osnov našeho studijního oboru. Proto v rámci této práce provádím průzkum mezi farmaceutickými firmami o povědomí o Competitive Intelligence. **Dotazník je spíše obecný, není mým záměrem zjišťovat nějaké senzitivní informace, nýbrž spíše zjistit obecný stav competitive intelligence ve farmaceutickém průmyslu.** Odpovědi budou anonymizovány a budou využity striktně pro účely mé diplomové práce. V případě zájmu, vám velmi ráda poskytnu výsledky mého průzkumu.

Z hlediska terminologie nebývá termín competitive intelligence (CI) příliš veřejně znám, přesto jsou ale činnosti CI mnohdy realizovány pod jiným názvem, proto si dovoluji připomenout jednu z mnoha definic CI:

“Zjišťování, sledování a vyhodnocování konkurenčního prostředí (firmy, organizace) s cílem odhalit slabé a silné stránky konkurence, rozpoznat její strategické záměry. Zahrnuje analýzu a syntézu dat, resp. informací, které se transformují do strategických znalostí, shromažďování informací o konkurenci a sledování subjektů firemního okolí (trh, stát, právo a legislativa, politické a demografické souvislosti).”⁸

Pokud byste preferovali webovou formu dotazníku, navštivte prosím tento odkaz bit.ly/ci-cz
K dispozici je také anglická verze dotazníku viz bit.ly/ci-eng

Děkuji Vám moc za váš čas a ochotu!

⁸ PAPÍK, Richard., 1998. Competitive intelligence. In: *KTD: Česká terminologická databáze knihovnictví a informační vědy (TDKIV)* [online]. Praha : Národní knihovna ČR, 2003- [cit. 2015-10-11]. Dostupné z: http://aleph.nkp.cz/F/?func=direct&doc_number=000000438&local_base=KTD.

Dotazník:

1. Považujete competitive intelligence za strategickou činnost pro vaši firmu?

a, ano

b, ne

2. Provozujete ve vaší firmě činnosti tzv. competitive intelligence?

a, ano

b, ne

3. Jakým způsobem je ve vaší firmě competitive intelligence zakotveno?

a, samostatné oddělení CI

b, pověřený pracovník provozováním CI

c, formou outsourcingu

d, kombinace předešlého

e, jiné (prosím popište)

4. Používáte interní systém pro competitive intelligence (např. databáze na principu intranetu, firemního portálu apod.)

a, ano (popište prosím jaký)

b, ne

5. Bylo by možné uvést nějaké otevřené informační zdroje, které používáte (např. Medline, Embase, Datamonitor, Derwent World Patents Index, Pharmaprojects, ...) pro činnosti competitive intelligence?

6, Pokud byste se chtěli k danému tématu více vyjádřit, zde je možnost:

Ještě jednou bych vám chtěla poděkovat na vyplnění dotazníku. V případě jakýkoliv dotazů či připomínek mě neváhejte kdykoliv kontaktovat.

S pozdravem

Pavla Hubálková

email: pavlahubalkova@gmail.com

tel.: +420 737 710 254

Anglická verze

Dear Mr./Dear Mrs.

My name is Pavla Hubálková and I am studying in master's degree Information studies and librarianship at Faculty of arts, Charles university in Prague. Currently i am writing master's thesis on the topic Competitive Intelligence in pharmaceutical industry under the guidance of doc. PhDr. Richard Papík, Ph.D. Many of our graduates and students are working in the field of competitive intelligence and medical, pharmaceutical information (in medical libraries, government institutions or companies). This area is part of curriculum of our study program. This is reason why I am doing this research among pharmaceutical companies about awareness of Competitive Intelligence. The questionnaire consist of only 6 simple questions, so it will not take much time to fill it. **The questionnaire is rather general, it is not my intention to identify any sensitive information, but rather to identify the state competitive intelligence in pharmaceutical companies.** Answers will be anonymous and will be used strictly for purposes of my thesis. In case you will be interested, I will be very pleased to provide the results of my survey.

Just to be clear what Competitive Intelligence means, because it is not so well known term and often it is hide under different name. So I would like to remind one of the many definitions CI:

“Competitive Intelligence (CI) is the collection and analysis of information to anticipate competitive activity, see past market disruptions and dispassionately interpret events.”

In case you would prefer web based questionnaire, please visit this link [**bit.ly/ci-eng**](https://bit.ly/ci-eng)

Thank you very much for your time and willingness

Questionnaire:

1. Do you consider competitive intelligence as strategic activity for you company?

- a) yes
- b) no

2. Do you put competitive intelligence in practise at your company?

- a) yes
- b) no

3. If you put CI in practise at your company, how is CI enshrined at your company?

- a) separate department
- b) authorized worker
- c) outsourcing
- d) combination of previous
- e) another (please describe)

4. Do you use some internal system CI (for example database like intranet, company's portal etc.. or any other similar tools)

- a) yes (please describe)
- b) no

5. Could you please mention some open information sources, which you are using? (for example Medline, Embase, Pharmaprojects, Datamonitor, Derwent World Patents Index and so on)

6.If you would like to express something more to this topic, here is a possibility.

Once again, I would like to thank your for filling this questionnaire. In case of any questions or comments, don't hesitate to contact me.

Best wishes

Pavla Hubálková

pavlahubalkova@gmail.com

tel.: 737 710 254